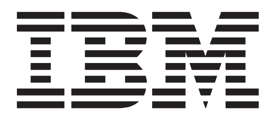
Version 3
15. Januar 2013

IBM LIVEmail Benutzerhandbuch



Hinweis

Vor Verwendung dieser Informationen und des darin beschriebenen Produkts sollten die Informationen unter „Bemerkungen” auf Seite 53 gelesen werden.

IBM Digital Marketing and Analytics ist die neue Generation der IBM Coremetrics-Produkte. Einzelheiten zur Produktbenennung finden Sie in der folgenden Tabelle.

Bisheriger Produktname	Neuer Produktname
IBM Coremetrics AdTarget	IBM AdTarget
IBM Coremetrics Benchmark	IBM Digital Analytics Benchmark
IBM Coremetrics Enterprise Analytics	IBM Digital Analytics Multisite
IBM Coremetrics Explore	IBM Digital Analytics Explore
IBM Coremetrics Import	IBM Digital Analytics Import
IBM Coremetrics Export	IBM Digital Analytics Export
IBM Coremetrics Intelligent Offer	IBM Digital Recommendations
IBM Coremetrics Lifecycle	IBM Digital Analytics Lifecycle
IBM Coremetrics LIVEmail	IBM LIVEmail
IBM Coremetrics Monitor	IBM Digital Analytics Monitor
IBM Coremetrics Search Marketing	IBM Search Marketing
IBM Coremetrics Social Analytics	IBM Digital Analytics for Social Media
IBM Coremetrics Tag Manager	IBM Digital Data Exchange
IBM Coremetrics Web Analytics	IBM Digital Analytics

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1. Einführung in LIVEmail

Beschreibung der Lösung

IBM® LIVEmail ist eine Präzisionsanwendung für das E-Mail-Marketing, die die Erstellung und Ausführung zielgruppenspezifischer E-Mail-Kampagnen erleichtert und es ermöglicht, für Ihren E-Mail-Vertriebskanal die Öffnungs-, Klick- und Konversionsraten und das Niveau an Kundenaktivität und Kundenzufriedenheit insgesamt zu erhöhen. Mithilfe von LIVEmail können Sie nach einer detaillierten Webanalyse von Verhaltensdaten Ihren Besuchern und Kunden zur richtigen Zeit relevante E-Mail-Nachrichten und Angebote zustellen. Darüber hinaus können von LIVEmail zertifizierte E-Mail-Service-Provider in IBM Digital Analytics Connect integriert werden, um die Verteilung und Effizienz von E-Mail-Kampagnen zu verbessern. Die neueste Version von LIVEmail bietet E-Mail-Best-Practice-Programme für ein gezieltes Ansprechen von Websitebesuchern, die Objekte angezeigt haben ("Browser"), von Besuchern, die Objekte verlassen haben ("Abbrecher"), von Besuchern mit Konversion ("Konvertierer") oder von passiven Besuchern, erweiterte Segmentierung und Filterung, E-Mail-Auslöser mit konfigurierbaren Terminen, systemeigene Berichte zur Überwachung der Kampagnenleistung und Datenimport von Dritten - alles in einer Anwendung.

Schlüsselfunktionen

E-Mail-Best-Practice-Programme
LIVEmail bietet neue Definitionen für Best-Practice-Programme, mit deren Hilfe Ihre E-Mail-Initiativen schneller ausgeführt werden können. Sie können Websitebesucher, die Objekte angezeigt haben ("Browser"), Besucher, die Objekte verlassen haben ("Abbrecher"), Besucher mit Konversion ("Konvertierer") oder nicht aktive Kunden gezielt mit relevanten Nachrichten ansprechen, um Konversion, Aktivität und Nachfrage zu verbessern.

Erweiterte Segmentierung
Inhalt und Umfang der Segmentierungsfunktionen in LIVEmail wurden wesentlich erweitert und bieten jetzt mehr Optionen zur Definition benutzerdefinierter Segmente für den E-Mail-Weitervertrieb. Außerdem können auf E-Mail-Segmente, die in LIVEmail erstellt wurden, Filter für Aktivitätsattribute angewendet werden, um die Zielgenauigkeit zu erhöhen.

Systemeigene Berichte
Zusätzlich zur Überwachung der Leistung der E-Mail-Vertriebskanäle mit der führenden Zuordnungsanalyse von IBM Digital Analytics in IBM Digital Analytics können Unternehmen im Bereich E-Mail-Marketing schnell Informationen zur Effektivität der E-Mail-Kampagnen direkt aus LIVEmail in einer neuen flexiblen Berichtsschnittstelle erhalten.

Importe von E-Mail-Service-Providern
Sie können aus Ihrem Posteingang Erfolgsmetriken, die von Ihrem Partner erfasst wurden (zum Beispiel Öffnungs- und Klickraten von E-Mails und Bounce-Backs) gemeinsam mit den von IBM Digital Analytics intern gemeldeten wesentlichen Leistungsindikatoren (KPIs), zum Beispiel Konversionsrate, Umsatz und abgeschlossene Ereignisse, importieren und anzeigen, um den Gesamterfolg von Kampagnen zu bewerten - ein echter Gesamtüberblick über E-Mail-Marketinginitiativen.

Flexible Exportformate
: Erstellen Sie Datenexporte auf der Grundlage von Besucherprofilen oder Exporte mit Daten zur Besucheraktivität, die auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens oder der E-Mail-Service-Provider, mit denen Sie zusammenarbeiten, zugeschnitten sind.

Erweiterte Integration
: Nutzen Sie den Pool aus den von Connect zertifizierten E-Mail-Service-Providern und Sie können deren erweiterte Tools für die Einrichtung und Lieferung von Kampagnen verwenden und gleichzeitig die Relevanz Ihrer E-Mails verbessern.

Systemvoraussetzungen

Bei allen Benutzer müssen die folgenden Anforderungen erfüllt sein:

- Flash Version 10 oder Version 11-- http://get.adobe.com/flashplayer/
- Browser: Internet Explorer Version 7 bis Version 9, Firefox Version 2 bis Version 14.
- RAM: mindestens 1 GB

LIVEmailSprach-/Lokalisierungsunterstützung

LIVEmail unterstützt die folgenden Sprachen, Ländereinstellungen und Branchen:

	US/ Englisch	UK/ Englisch	FR/ Französisch	DE/ Deutsch	ES/ Spanisch	JP/ Japanisch
Einzelhandel	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar
Inhalt	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar
Finanzen	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar
Reise	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar
Inhalt/ Handel	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar

Die Sprache, die Sie für LIVEmail verwenden möchten, können Sie konfigurieren, indem Sie im Dropdown-Menü auf der LIVEmail-Seite **Willkommen** eine der unterstützten Sprachen auswählen.

Anforderungen für die Nutzung der Anwendung

LIVEmail ist für alle IBM Digital Analytics-Kunden verfügbar, die die Anwendung lizenzieren möchten. LIVEmail-Kunden müssen nicht unbedingt mit einem der aktuell von Connect als E-Mail-Service-Provider zertifizierten Partner zusammenarbeiten, um die Anwendung verwenden zu können. Exporte zur Aktivität bestimmter Besucher können für jedes angegebene gültige Ziel bereitgestellt werden. Zwischen Ihnen und dem jeweiligen externen Empfänger ist immer ein Austausch von Informationen zum Wesen des LIVEmail-Datenfeeds, den Sie exportieren möchten, notwendig, damit der Datenfeed in dessen System ordnungsgemäß funktioniert.

Bereitstellung der Anwendung

Wenn Ihr Unternehmen eine LIVEmail-Lizenzvereinbarung mit IBM Digital Analytics trifft, wird LIVEmail von den IBM Digital Analytics Provisioning Services für die Kunden-IDs aktiviert, die in Ihrer Lizenzvereinbarung eingeschlossen sind.

Standardmäßig wird die Anwendung LIVEmail nur für die Benutzerkonten aktiviert, die Ihrer Gruppe der Benutzer mit Administratorberechtigung angehören. Wenn Benutzerkonten in anderen Gruppen ebenfalls Zugriff auf LIVEmail benötigen, können Sie die Anwendung für nachrangige Benutzergruppen aktivieren.

Benutzerverwaltung

Um LIVEmail für zusätzliche Benutzergruppen zu aktivieren, muss sich ein Administrator aus Ihrem Unternehmen für die betreffenden Kunden-IDs bei Digital Analytics anmelden und die folgenden Schritte ausführen:

1. Navigieren Sie zu **Admin** (Admin) auf der Menüleiste.
2. Klicken Sie im linken Navigationsfenster auf **Gruppen verwalten** (Manage Groups).
3. Klicken Sie auf den Namen der Benutzergruppe, die Sie bearbeiten möchten, oder erstellen Sie eine neue Benutzergruppe.

Zugriff auf die Anwendung

Für den Zugriff auf LIVEmail haben Benutzer die folgenden zwei Möglichkeiten:

1. Verwendung von Digital Analytics:
   a. Melden Sie sich bei Digital Analytics an und wählen Sie im globalen Navigationsmenü die Option LIVEmail aus.
2. Verwendung der direkten Authentifizierung:
   a. Geben Sie in einem unterstützten Web-Browser die Adresse http://LIVEmail.coremetrics.com ein. Die Anzeige "LIVEmail - Anmelden" wird geöffnet. Geben Sie Ihre Kunden-ID und Ihren Benutzernamen und das zugehörige Kennwort ein, um sich direkt bei der Anwendung zu authentifizieren.

Kapitel 2. Verwenden von LIVEmail

Überblick über die Anwendung

Zusätzlich zu IBM Search Marketing, IBM Digital Recommendations und IBM AdTarget ist IBM LIVEmail Teil von IBM Digital Analytics Continuous Optimization Platform. LIVEmail erleichtert die Optimierung der E-Mail-Kampagnen, die von führenden externen ESP-Partnern (ESP = E-Mail-Service-Provider) oder von internen E-Mail-Auftragserfüllungssystemen ausgeführt werden. LIVEmail stellt zielgruppenspezifische Kundensegmente mit ihren entsprechenden Websiteaktivitäten bereit, um die Definition möglichst relevanter Dialoge und Angebote für die Einbeziehung in Ihr E-Mail-Messaging zu unterstützen. Die LIVEmail-Benutzerschnittstelle ist in drei primäre Menüs bzw. Funktionsbereiche unterteilt.

Bericht

- Welche E-Mail-Kampagnen laufen gut und welche erfüllen meine Ziele nicht?
- Wie kann ich Metriken zur Effektivität der Programme, die mein E-Mail-Service-Provider bereitstellt, gemeinsam mit internen Leistungsmetriken, die IBM Digital Analytics ermittelt hat, anzeigen?

Im LIVEmail-Menü "Bericht" können Kampagnenberichte erstellt werden, die Ihr E-Mail-Marketing verwenden kann, um die Leistung der E-Mail-Programme zu verfolgen, die Sie gestartet haben und die mit den IBM Digital Analytics MMC-Parametern (MMC = Marketing Management Center) protokolliert werden. LIVEmail-Leistungsberichte enthalten Metriken als Zusammenfassung (sowohl aus dem Posteingang als auch intern) für Ihre Programme und leiten Sie zu Bereichen weiter, die Sie mit den führenden Marketinganalyselösungen von IBM Digital Analytics genauer analysieren möchten. Digital Analytics stellt den Bericht "Marketingprogramme" bereit, mit dem die Leistung der Klickzuordnung detailliert analysiert werden kann, und in Explore können Sie Ad-hoc-Berichte zu Ihren E-Mail-Marketingkampagnen erstellen.

Integrieren

- Wie kann ich zertifizierte Exporte für meinen E-Mail-Service-Provider konfigurieren?
- Mein aktueller E-Mail-Service-Provider ist nicht von Connect für LIVEmail zertifiziert und besitzt keine sehr leistungsfähigen Möglichkeiten zur Datenspeicherung. Wie kann ich trotzdem Geschäftsregeln und Geschäftslogik für einige meiner fundamentalen Programme wie zum Beispiel für Kampagnen bei verlassenen Warenkörben ausführen, ohne dass mein Partner zu große Mengen an Besucheraktivitätsdaten in seinem System speichern muss?
- Wie kann ich Kundensegmente auf Basis der Besucheraktivität auf meiner Site direkt angeben, um den E-Mail-Vertriebskanal für die zielgruppenspezifische Steuerung oder Neuakquisition zu verwenden?
- Ich möchte die vollständige Kontrolle über die Websiteaktivitätsdaten meines Unternehmens und selbst entscheiden, mit welchen anderen Anbietern ich die Daten gemeinsam nutze.

Im LIVEmail-Menü "Integrieren" (Integrate) steuern Sie, mit welchen Unternehmen Sie die Daten zu den Websitebesuchern für das E-Mail-Marketing gemeinsam nutzen und auf welche Datentypen dies beschränkt ist. Sie

können zertifizierte LIVEmail-Standarddatenfeeds an Connect-Partner senden, Best-Practice-Programm-Feeds für nicht zertifizierte Partner oder für interne Systeme erstellen oder einen komplett benutzerdefinierten Datenexport definieren. Die intuitive Drag-and-drop-Schnittstelle im Menü "Integrieren" (Integrate) ermöglicht die problemlose Ausführung von Datenfeeds mit Partnern. Wählen Sie den Partner aus, mit dem Sie arbeiten möchten, und die Typen der Daten, die dieser Partner verwenden soll, um E-Mail-Kampagnen zu erstellen, die er dann in Ihrem Namen ausführt. Auf der Seite "**Integrieren**" (Integrate) haben Sie die vollständige Kontrolle darüber, in welchem Umfang Ihr Unternehmen Daten mit Dritten gemeinsam nutzt. Sie können selbst entscheiden, ob Sie differenzierte Daten zur Besucheraktivität senden oder nur eine Liste mit den E-Mail-Adressen, die in einer vordefinierten Kampagne verwendet werden sollen.

Verwalten

- Welche Segmente haben meine E-Mail-Marketing-Manager erstellt?
- Welchen Status besitzen meine LIVEmail-Exporte?
- Wie kann ich die Export- und Importziele meiner Datensyndikationen verwalten?
- Wo erhalte ich weitere Informationen über die Funktionalität und die Best Practice-Unterstützung in LIVEmail?

Im LIVEmail-Menü "Verwalten" (Manage) können Sie den aktuellen Status Ihrer Datenexporte überprüfen, alle Segmente überprüfen, die in LIVEmail für die Verwendung in E-Mail-Marketingaktivitäten definiert wurden, neue Empfänger als Ziel für Exporte einrichten und weitere Informationen über LIVEmail erhalten, indem Sie sich nach Themen sortierte Schulungsvideos zu den verschiedenen Anwendungsfunktionen ansehen.

Menü "Bericht" (Report)

Obwohl bereits Digital Analytics und Explore über detaillierte Analysemöglichkeiten für Marketing und Datenrecherche verfügen, bietet LIVEmail selbst eigene Berichte an, mit deren Hilfe sich Ihre E-Mail-Marketing-Manager Informationen dazu beschaffen können, wie die verschiedenen Kampagnen ausgeführt werden. LIVEmail stellt drei Standardberichte bereit.

Leistungsbericht

Der LIVEmail-Kampagnenleistungsbericht liefert einen täglichen Überblick darüber, wie Ihre E-Mail-Kampagnen ausgeführt werden. Der Leistungsbericht hat die Form einer unstrukturierten Liste, wobei Marketinganbieter, Kategorie, Platzierung und Artikel (MMC-Codes für die Links zu Ihren E-Mail-Kampagnen) bereits als Schlüsselspalten für die Anzeige vorkonfiguriert wurden. Viele Schlüsselmetriken aus Ihren Befehlen für die Websites von E-Mail-Service-Providern und IBM Digital Analytics sind enthalten und können für die Analyse verwendet werden (zum Beispiel zugestellte E-Mails, Absprungrate, Klicks, Umsatz, Bestellungen, Besucher oder Konversionsrate).

Bericht mit einer Detailansicht der Kampagne

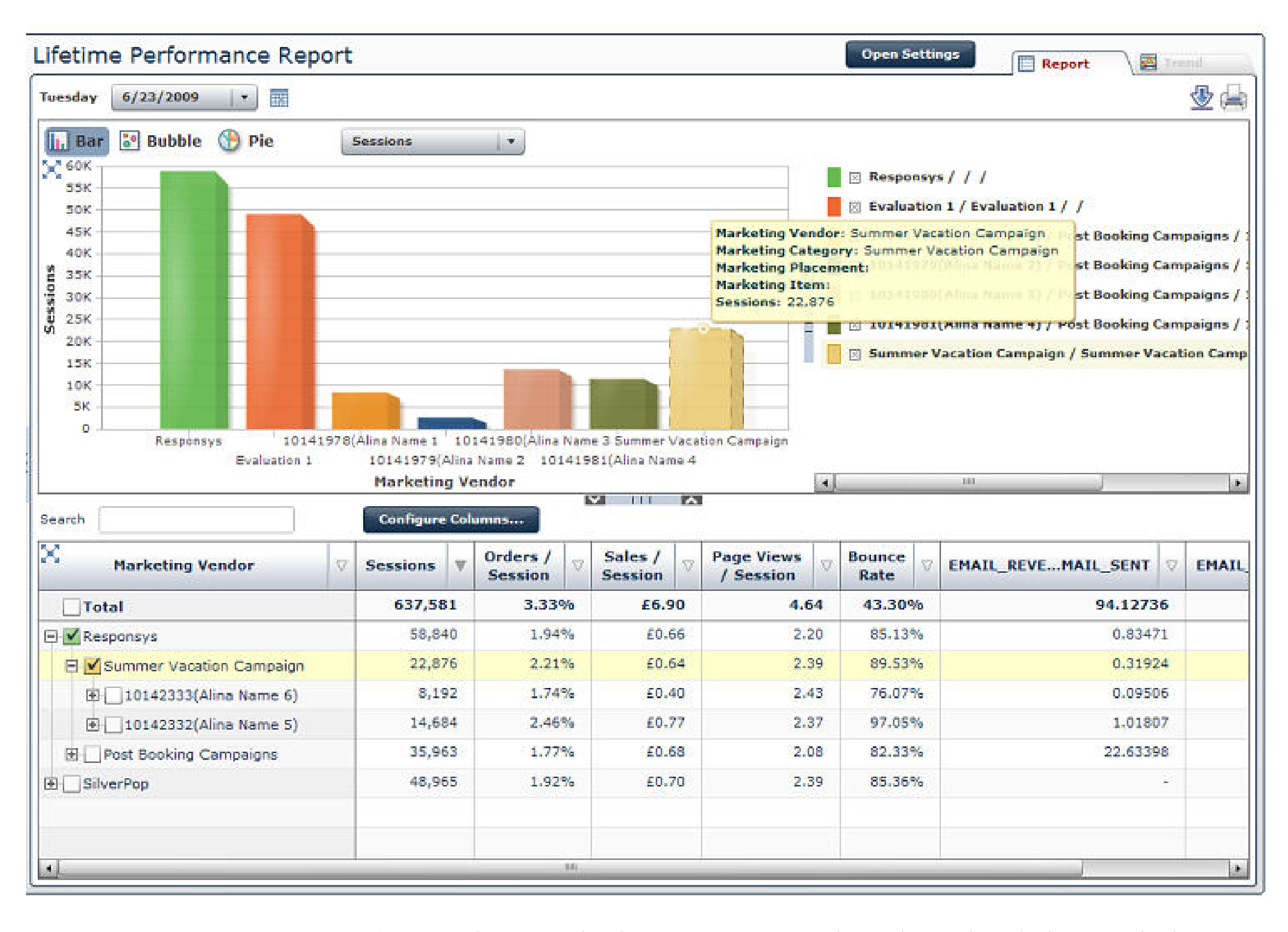
Der LIVEmail-Bericht mit der Detailansicht der Kampagne stellt die Auswirkungen Ihrer Kampagne auf Produkte und Konversionsereignisse dar und bietet einen Überblick über die geografischen Standorte der Besucher. Der Bericht mit der Detailansicht der Kampagne hat die Form einer unstrukturierten Liste, wobei drei relationale Berichte mit Detailansichten angewendet wurden. Die erste relationale Detailansicht konzentriert sich auf Produktverkäufe, die mit einem bestimmten

Kampagnencode verknüpft sind. Die zweite relationale Detailansicht enthält Details zu Ereignissen, die mit einem bestimmten Kampagnencode verknüpft sind. Die dritte Detailansicht enthält eine Analyse nach Ort, Land und Bundesland für Ihre E-Mail-Kampagnen.

Lebensdauerleistungsbericht

Der LIVEmail-Lebensdauerleistungsbericht bietet eine vollständige Übersicht über die Effektivität einer Kampagne ab dem Datum, an dem eine Kampagneninstanz gestartet wurde, bis zu dem für die Analyse gewählten Zeitpunkt. Der Lebensdauerleistungsbericht enthält Daten auf Tagesbasis, wobei Sie für die Analyse jeden beliebigen Tag, an dem die Kampagne aktiv war, auswählen können. Der Bericht ist hierarchisch nach den VCPI-Codes (MMC-Anbieter, Kategorie, Platzierung und Artikel) organisiert, die Sie einer Kampagne zugewiesen haben.

Alle Standardberichtsfunktionen für das Auswählen der Datumsbereiche, für das Anzeigen eines Trenddiagramms, für das Versehen des Berichts mit Anmerkungen und so weiter wurden für alle drei LIVEmail-Berichtstypen bereitgestellt. Außerdem werden die Metrikwerte für eine Kampagne, die Sie von Ihrem Partner importiert haben, für die Verwendung im Leistungsbericht bereitgestellt.



Anmerkung: Ihre Standardservices zu Digital Analytics beinhalten auch die Analyse der Klickzuordnung und der Gesamtleistung von Kampagnen. Sie können den Bericht "Marketingprogramme" verwenden, um anhand einer detaillierten Analyse der Klickzuordnung ein besseres Verständnis für den Gesamtbeitrag des E-Mail-Vertriebskanals und genauere Informationen über die relative Leistung von E-Mail-Kampagnen zu erhalten.

Die Kunden, die eine Lizenz für Explore besitzen, können die Recherche nach benutzerdefinierten Daten und die Erstellung von Berichten in diesem Produkt verwenden. Importierte Metriken von E-Mail-Service-Providern sind nur in den LIVEmail-Berichten verfügbar.

Menü "Integrieren" (Integrate)

Das Menü "Integrieren" (Integrate) in LIVEmail ist Ihre Konsole für die Definition der E-Mail-Kampagnendaten-Feeds, die Sie planen und an von Connect als E-Mail-Service-Provider zertifizierte Partner (ESP-Partner) oder an einen sonstigen gültigen FTP-Endpunkt senden möchten. Das Menü "Integrieren" (Integrate) in LIVEmail bietet drei primäre Typen für Datenexporte: Partnerfeeds, Best-Practice-Feeds und Feeds mit benutzerdefiniertem Format. Die einzelnen Exportoptionen werden im linken Fenster des Menüs "Integrieren" (Integrate) bereitgestellt. Wenn Sie auf einen Headerabschnitt klicken, werden die unterschiedlichen Typen von Exporten, die Sie konfigurieren können, sichtbar.

Partner

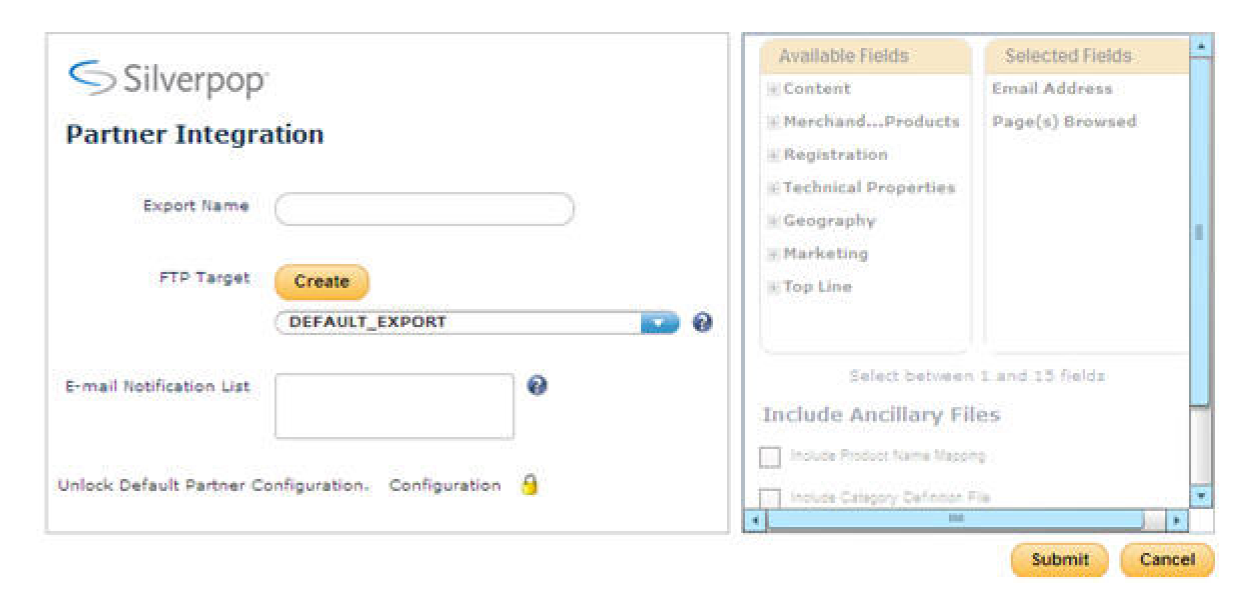
Alle E-Mail-Service-Provider, die aktuell von Connect zertifiziert sind, werden im Abschnitt "Partner" (Partners) von LIVEmail als auswählbare Optionen angezeigt. Um ein zertifizierter Partner für LIVEmail werden zu können, müssen die E-Mail-Service-Provider eine reproduzierbare Lösung für die Integration mit IBM Digital Analytics besitzen, das heißt, LIVEmail-Datenfeeds in ihren Anwendungen akzeptieren und internalisieren. Als Mindestanforderung müssen Partner mindestens eines der unterstützten Formate von LIVEmail-Feeds akzeptieren. Auf der Seite für die Einrichtung der Partner wird standardmäßig nur der Typ von LIVEmail-Exporten angezeigt (mit Datenfeldern und dem akzeptierten Dateiformat), für den der Partner zertifiziert wurde. Für die Einrichtung eines LIVEmail-Feeds für einen Partner müssen die folgenden grundlegenden Schritte ausgeführt werden.

1. Wählen Sie den von Connect zertifizierten Partner für Ihr Unternehmen aus.

   Die intuitive Drag-and-drop-Benutzerschnittstelle von LIVEmail macht die Aktivierung von Partnern zu einer einfachen Aufgabe. Wählen Sie Ihren Partner aus und ziehen Sie ihn mit der Maus aus dem linken Frame in den rechten Frame der Seite.

2. Geben Sie die Details zur Integration Ihres Partners an.

   Wenn Sie den E-Mail-Service-Provider für Ihr Unternehmen ausgewählt haben, wird der LIVEmail-Bildschirm aktualisiert und der vordefinierte LIVEmail-Datenexport für diesen Partner angedockt. Im Feld "Ausgewählte Felder" (Selected Fields) wird das Standarddateischema (einschließlich Aktivitätsfeldern) für Ihren Partner angezeigt. Die einzigen Informationen, die Sie angeben müssen, sind der Name für Ihre Exportdatei, der Typ des Ziels, an das der LIVEmail-Feed gesendet werden soll, und eine Liste mit den E-Mail-Adressen der Empfänger, die über die erfolgreiche oder nicht erfolgreiche Verarbeitung und Zustellung des LIVEmail-Feeds benachrichtigt werden sollen.



Anmerkung: Sie sollten bei Ihrem E-Mail-Service-Provider immer Informationen zum Namen des Exports und zu den Einstellungen des FTP-Ziels einholen, da es bestimmte Anforderungen geben könnte, die Sie einhalten müssen, wenn Sie Ihren LIVEmail-Export einrichten.

Partnerexporte sind standardmäßig gesperrt und die Datenfelder, die für den Export ausgewählt wurden, sind auf der rechten Seite der Benutzerschnittstelle für die Konfiguration abgeblendet oder inaktiviert. LIVEmail sperrt Partnerexportdateiformate explizit, um sicherzustellen, dass Sie einen Feed erstellen, in dem die Daten, die der Partner erhält, den erwarteten Daten innerhalb einer zertifizierten Integration mit IBM Digital Analytics entspricht. Da Sie in LIVEmail Datenexportfeeds mit einer breiten Palette an Besucheraktivitätsdaten und in unterschiedlichen Dateiformaten erstellen können, gewährleistet die Anwendung, dass Sie einen Feed erstellen, der durch Ihren ausgewählten Partner unverzüglich internalisiert werden kann.

In LIVEmail können Sie Exportkonfigurationen zertifizierter Partner freigeben und bearbeiten. Dazu müssen Sie auf das Sperrsymbol ( ) klicken. Danach wird ein Warnungsdialog mit der Bitte angezeigt, dass Sie Ihren Partner zu Rate ziehen, bevor Sie einen Aspekt des Formats des zertifizierten LIVEmail-Exports ändern. Die meisten der von Connect als E-Mail-Service-Provider zertifizierten Partner (ESP-Partner) akzeptieren LIVEmail-Exportdateien, die vom Standard abweichen, behalten sich in diesen Fällen aber das Recht vor, zusätzliche Gebühren für die Anpassung in Rechnung zu stellen. Sie sollten also mit Ihrem Partner reden, bevor Sie ihm einen LIVEmail-Feed senden, in dem die Besucheraktivitätsdaten von den Daten abweichen, die er in zertifizierten LIVEmail-Exporten erwartet.

Wenn Sie die Konfiguration für einen Partnerexport freigegeben haben, können Sie Felder für Besucheraktivitätsdaten zu Ihrer LIVEmail-Spezifikation hinzufügen oder aus ihr entfernen. Außerdem können Sie die Hilfsdateien, die standardmäßig zu Ihrem Partnerexport gehören, hinzufügen oder entfernen. Um Datenfelder zu Ihrer Dateispezifikation hinzuzufügen oder aus ihr zu entfernen, ziehen Sie sie mit der Maus aus dem Frame "Verfügbare Felder" (Available Fields) in den Frame "Ausgewählte Felder" (Selected Fields) bzw. umgekehrt oder doppelklicken Sie auf das gewünschte Feld im entsprechenden Frame.

Da alle verfügbaren Felder für Besucheraktivitätsdaten in Kategorien zusammengefasst sind, können sie einfach lokalisiert und hinzugefügt werden. In einem LIVEmail-Export können Sie bis zu 15 separate Felder für Besucheraktivitätsdaten einschließen.

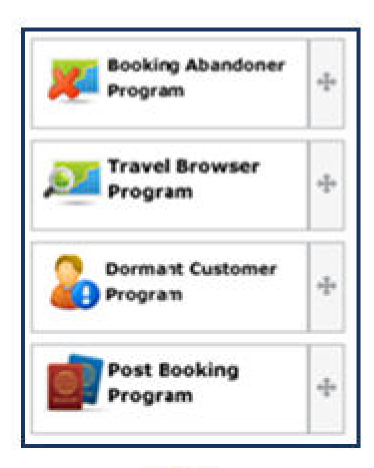
3. Aktivieren Sie Ihren LIVEmail-Export.

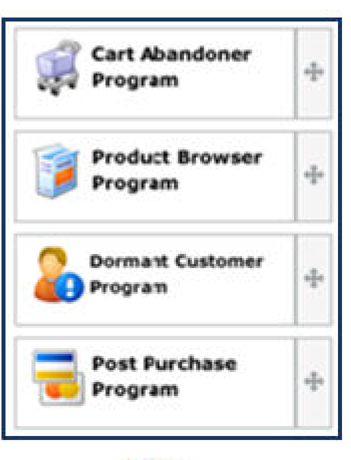
   Wenn Sie Ihren LIVEmail-Export fertig konfiguriert haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um den Datenfeed für die tägliche Verarbeitung ab dem nächsten Tag zu planen. Ihr neu erstellter LIVEmail-Feed wird im unteren Teil des Menüs "Integrieren" (Integrate) aufgelistet und wenn Sie den Mauszeiger über den Feed bewegen, wird sein aktueller Status angezeigt. Sie können auch zur Seite **Verwalten** > **Feed-Verwaltung** (Manage, Feed Management) navigieren, um den Status aller aktuell konfigurierten LIVEmail-Datenexporte zu überprüfen.

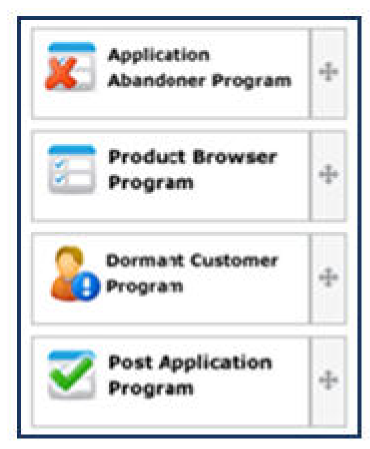
Best Practices

Coremetrics arbeitet mit vielen E-Mail-Service-Providern zusammen, aber nicht alle diese Unternehmen haben die Zertifizierung für LIVEmail abgeschlossen. Der Abschluss des Connect-Zertifizierungsprozesses für LIVEmail ist keine Vorbedingung für die Nutzung der LIVEmail-Datenexporte. LIVEmail kann an jedes Partnerunternehmen oder interne E-Mail-System differenzierte Besucheraktivitätsdaten und zielgruppenspezifische Segmente senden, um bessere E-Mail-Kampagnen zu ermöglichen. Doch die Zusammenarbeit mit einem von Connect für LIVEmail zertifizierten Partner ist der schnellste Weg, um die Daten zu den Aktivitäten von Websitebesuchern für die Implementierung zielgenauerer E-Mail-Programme mit bestmöglichen Inhalten und Angeboten zu nutzen. Wenn Sie derzeit einen E-Mail-Service-Provider verwenden, der nicht von Connect für LIVEmail zertifiziert ist, dann teilen Sie Ihrem Kundenbeauftragten bei IBM Digital Analytics oder dem IBM Digital Analytics Support mit, dass Sie die Zertifizierung dieses Unternehmens wünschen.

Wenn Sie nicht mit einem der von Connect für LIVEmail zertifizierten Partner zusammenarbeiten oder wenn Ihr Partner oder Ihr internes Tool nicht die Möglichkeiten zur Speicherung der Daten zu Websiteaktivitäten von Besuchern über lange Zeiträume bieten, können Sie jetzt vier von LIVEmail angebotene Best-Practice-Feeds für den Weitervertrieb nutzen, mit deren Hilfe Sie die Kampagnenlogik direkt in IBM Digital Analytics ausführen können. Die Exporte des Typs "Best-Practice-Programm" enthalten eine vordefinierte Logik für die sitzungsübergreifende Segmentierung, die einigen der am meisten verwendeten verhaltensbasierten E-Mail-Kampagnen entspricht. Obwohl die Segmentlogik vordefiniert ist, ermöglicht LIVEmail Ihnen für Best-Practice-Programme jedes Typs die Spezifizierung einiger grundlegender Aspekte, wie zum Beispiel die Möglichkeit zur Anwendung von Kontextfiltern für eine genauere Definition der Ausgabe des Exports. Die Best-Practice-Programme wurden für die folgenden Branchen definiert:







Travel Retail Financial Services

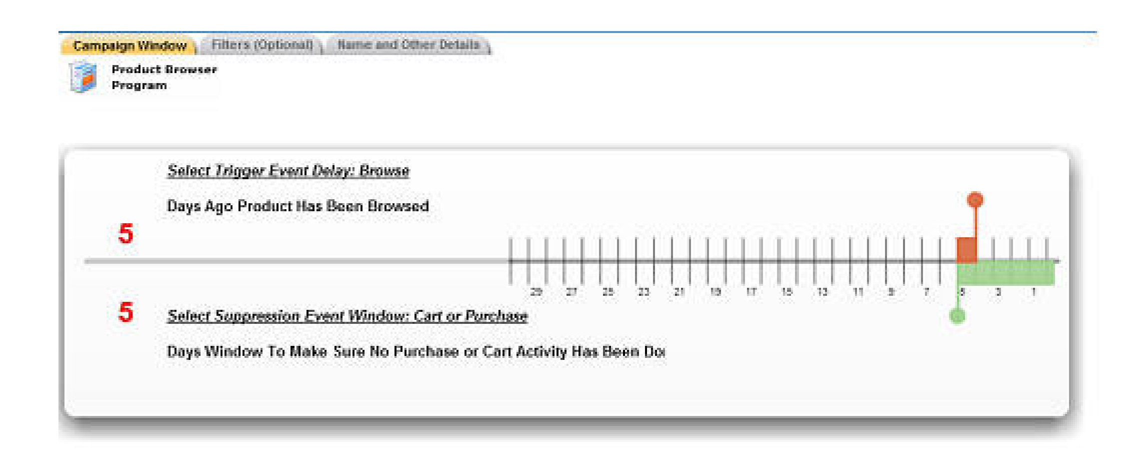
Anmerkung: Kunden aus der Branche "Handel mit Inhalten" erhalten die Best-Practice-Programme für den Einzelhandel. Für Kunden aus Branchen, die mit Inhalten arbeiten, sind derzeit keine Best-Practice-Programme verfügbar.

Programm "Besucher, die Objekte anzeigen" für Reisen und Produkte

E-Mail-Programme, die auf der Anzeige von Objekten durch Besucher basieren, werden durch Marketingunternehmen implementiert, die ausgehend von individuellen Neigungen hinsichtlich Produkten und Inhalten, die durch Beobachtung des Browsing-Verhaltens bei den letzten Websitebesuchen ermittelt werden, ihre Nachrichten und Angebote an den Empfänger anpassen möchten. Obwohl Kampagnen, die auf der Anzeige von Objekten durch Besucher basieren, viele Formen annehmen können, besteht das eigentliche Ziel darin, durch die Bereitstellung intensiver, relevanter Inhalte, auf die ein Besucher anspricht, diesen Besucher zurück zu Ihrer Site zu holen und ein Konversionsereignis zu erreichen.

Ziehen Sie zuerst das Symbol für das Programm "Browser" aus dem Abschnitt "Best Practices" in den LIVEmail-Frame "Integrieren". Ihre Benutzerschnittstelle wird dann aktualisiert und zeigt eine Konfigurationsanzeige an, die aus drei Schritten zur Definition Ihres Exports für Best-Practice-Programme des Typs "Besucher, die Objekte anzeigen" besteht.

1. Auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" werden Sie aufgefordert, sowohl eine Verzögerung für das Auslöserereignis für die Browsingaktivität als auch ein Fenster für das Unterdrückungsereignis für die entsprechende Konversionsaktivität (zum Beispiel Kauf- oder Warenkorbaktivität im Einzelhandel) anzugeben. Feeds für Best-Practice-Programme des Typs "Besucher, die Objekte anzeigen" werden täglich ausgeführt, sodass die Ziele für Ihr E-Mail-Programm immer aktuell sind. Zum Beispiel könnten Sie sowohl die Verzögerung für das Auslöserereignis als auch das Fenster für das Unterdrückungsereignis auf fünf Tage festlegen.



Wenn bei dieser Konfiguration der Exportfeed an jedem Morgen kompiliert wird, sucht LIVEmail nach allen Websitebesuchern, die fünf Tage zuvor eine Produktdetailseite angezeigt haben, aber seitdem nicht zurückgekehrt sind, um ein Konversionsereignis abzuschließen (zum Beispiel kein Produkt in den Warenkorb gelegt oder bestellt haben). Wenn das Cookie eines Besuchers einem Registrierungsprofil zugeordnet werden kann, das eine E-Mail-Adresse enthält, dann wird dieser Besucher in den Export für diesen Tag eingeschlossen.

Die Fenster für die Auslöserverzögerung und für das Unterdrückungsereignis können auf maximal 30 Tage in der Vergangenheit festgelegt werden. Der Zeitrahmen, den Sie für jede dieser Optionen auswählen, hängt vom Wesen der auf der Anzeige von Objekten basierenden Kampagne ab, die Sie planen. Zum Beispiel sollten für die ersten Kontaktpunkte mit einem Kunden längere Auslöserfenster bevorzugt werden, damit der Kunde nicht mit zu vielen E-Mails überschüttet wird und gar nicht erst das Gefühl der totalen Überwachung entwickelt, das manchmal im Zusammenhang mit dem verhaltensorientierten Onlinemarketing entstehen kann.

2. LIVEmail bietet zusätzlich die Möglichkeit, die Liste Ihrer Exportziele nach dem Typ der Browsingaktivität zu filtern, die für Ihr Unternehmen maßgeblich ist. Zum Beispiel möchten Kunden aus dem Einzelhandel möglicherweise Besucher ansprechen, die nur Produkte bestimmter Kategorien anzeigen. Um einen Filter anzuwenden, wählen Sie im Dropdown-Menü einen der unterstützten Kriterientypen aus und klicken dann auf **Kriterien hinzufügen**. Dadurch wird ein Logikeditor geöffnet, in dem Sie verschiedene Übereinstimmungskriterien für Zeichenfolgen eingeben können, mit denen die gewünschte Filterlogik definiert wird. Das Anwenden eines Filter auf Ihren Best-Practice-Feed ist optional. Sie können also auch mit dem letzten Schritt fortfahren.

   Anmerkung: LIVEmail-Filter funktionieren auf dieselbe Weise wie Berichtsfilter in Explore. Die angegebene Filterlogik wird verwendet, um Besucher einzuschließen, die die angegebenen Kriterien erfüllen und ansonsten ausgeschlossen würden.

3. Klicken Sie auf **Name und andere Details** (Name and Other Details), um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Programm" erforderlich sind. Für den LIVEmail-Export müssen die folgenden Informationen angegeben werden.

   Name des Feeds (erforderlich)
      Geben Sie einen benutzerfreundlichen Namen für Ihren LIVEmail-Export an.

Beschreibung (optional)
Geben Sie eine kurze Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports an.

E-Mail-Benachrichtigungsliste (erforderlich)
Geben Sie die E-Mail-Adressen der Empfänger an, die Systembenachrichtigungen über den Status der täglichen Verarbeitung des LIVEmail-Exports erhalten sollen.

FTP-Ziel (erforderlich)
Legen Sie den Dateiserver fest, an den IBM Digital Analytics den LIVEmail-Feed zustellen soll. Im Dropdown-Menü "FTP-Ziel" werden alle Ziele angezeigt, die zuvor von Benutzern in Ihres Unternehmens erstellt wurden. Wenn Ihr LIVEmail-Export an einen Standort gesendet werden soll, der noch nicht definiert wurde, klicken Sie auf **Erstellen** (Create), um die FTP-Informationen anzugeben, die IBM Digital Analytics benötigt, um Ihren LIVEmail-Export zu übertragen.

Häufigkeit (erforderlich)
Best-Practice-Programm-Feeds sind regelmäßige Exporte, die täglich ausgeführt werden. Sie können aber auch einen einmaligen Testexport anhand der Besucheraktivität des Vortages ausführen, um Ihren LIVEmail-Feed zu überprüfen, bevor Sie ihn für die tägliche Verarbeitung planen.

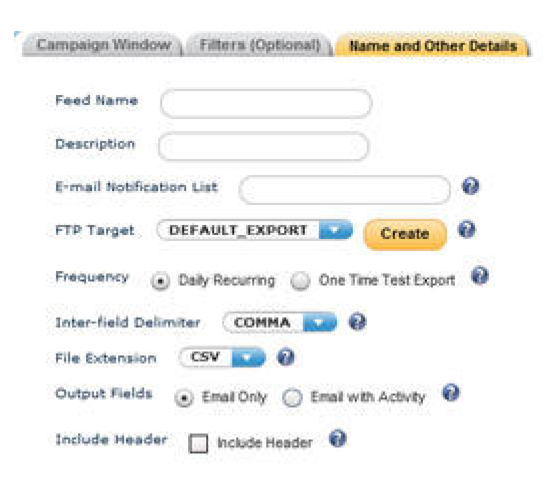
Begrenzer zwischen Feldern (erforderlich)
Das als Dateibegrenzer empfohlene Zeichen ist das Komma. Sie können Ihre Exportdatei aber auch so konfigurieren, dass das Tabulatorzeichen oder das Verkettungszeichen (senkrechter Strich |) als Dateibegrenzer verwendet wird.

Dateierweiterung (erforderlich)
Ungeachtet des von Ihnen angegebenen Trennzeichens zwischen Feldern wird für LIVEmail-Exporte standardmäßig die Dateierweiterung CSV verwendet. Statt der Erweiterung CSV für Ihre LIVEmail-Exportdatei können Sie aber auch die Erweiterung TXT verwenden.

Anmerkung: Welche Dateierweiterung für Ihren LIVEmail-Export verwendet wird, hängt nicht von Ihrer Auswahl im Feld "Trennzeichen zwischen Feldern" ab. Sie können also zum Beispiel Kommas als Begrenzungszeichen verwenden, obwohl Ihr Export die Dateierweiterung TXT verwendet. Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird (zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldtrennzeichen verwendet werden).

Ausgabefelder (erforderlich)
Standardmäßig sendet LIVEmail einen Export, der nur die E-Mail-Adressen für die Websitebesucher enthält, die die von Ihnen angegebenen Kriterien für das Best-Practice-Programm erfüllen. Zusätzlich zur E-Mail-Adresse können Sie aber Metadaten einschließen, die der Browsingaktivität entsprechen (zum Beispiel Produkt-ID, Produktkategorie, Startdatum oder Startzeit der Sitzung).

Kopfdaten einschließen (optional)
Wenn Ihr LIVEmail-Export auch einen Datensatz einschließen soll, der die Namen für die einzelnen Felder im Export enthält, wählen Sie **Kopfdaten einschließen** (Include Header) aus.

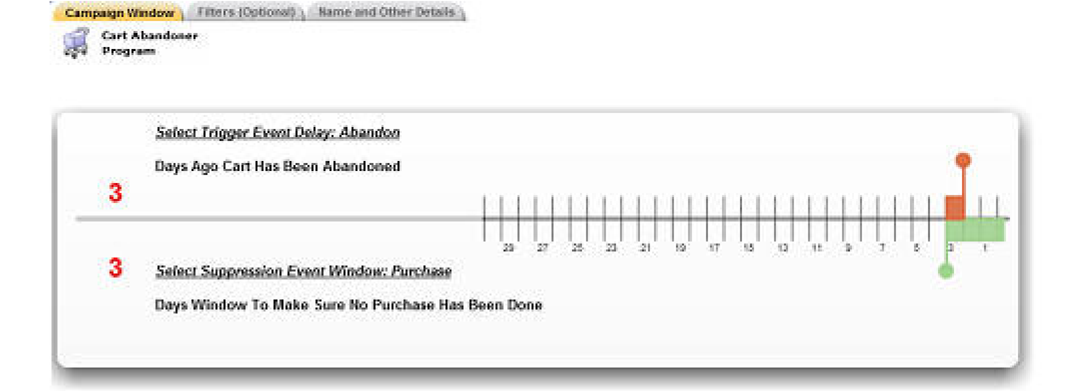


Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten für Ihr Best-Practice-Programm "Durchsuchen" angegeben haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Die erste Instanz des Exports wird dann am Tag nach der Aktivierung gesendet. Wenn Sie das Best-Practice-Programm "Durchsuchen" abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed in der Fußzeile "Integrieren in IBM Digital Analytics" angedockt. Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Programm "Abbruch von Buchungs-/Warenkorb-/ Antragsaktivitäten"

Eine der wichtigsten Aufgaben einer E-Mail-Kampagne ist die Identifizierung der Besucher, die eine Konversionsaktivität auf der Website nicht abschließen, also zum Beispiel einen Kreditkartenantrag nicht zu Ende führen, ein Produkt nicht bestellen oder eine Reservierung in einem Hotel nicht zu Ende durchführen. "Abbruch"-Programme können, wenn sie ordnungsgemäß ausgeführt werden, beträchtliche Umsatzzuwächse bringen und die Kundenzufriedenheit verbessern. Das Best-Practice-Programm "Abbruch" wurde entwickelt, um Sie dabei zu unterstützen, tägliche LIVEmail-Exporte zu Websitebesuchern, die den grundlegenden Konversionsprozess auf Ihrer Site verlassen haben, zu definieren und für diese Besucher E-Mails mit zielgruppenspezifischen Inhalten und Angeboten zu generieren, um sie zurück auf die Site zu locken, damit sie den Konversionsprozess abschließen.

1. Ziehen Sie das Symbol für das Programm "Abbruch" aus dem Abschnitt "Best Practices" in den LIVEmail-Frame "Integrieren". Ihre Benutzerschnittstelle wird dann aktualisiert und zeigt eine Konfigurationsanzeige an, die aus drei Schritten besteht und Sie bei der Definition Ihres LIVEmail-Exports unterstützt.
2. Auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" (Campaign Window) werden Sie aufgefordert, sowohl eine Verzögerung für das Auslöserereignis für die Abbruchaktivität als auch ein Fenster für das Unterdrückungsereignis für die entsprechende Konversionsaktivität (zum Beispiel ein Kaufereignis für das Verlassen des Warenkorbs im Einzelhandel) anzugeben. Feeds für Best-Practice-Programme des Typs "Abbruch" werden täglich ausgeführt, sodass die Ziele für Ihr E-Mail-Programm immer aktuell sind. Zum Beispiel könnten Sie sowohl die Verzögerung für das Auslöserereignis als auch das Fenster für das Unterdrückungsereignis auf zwei Tage festlegen.



Wenn bei dieser Konfiguration der Exportfeed an jedem Morgen kompiliert wird, sucht LIVEmail nach allen Websitebesuchern, die zwei Tage zuvor ein Objekt verlassen haben, aber seitdem nicht zurückgekehrt sind, um das Konversionsereignis abzuschließen. Wenn das Cookie eines Besuchers einem Registrierungsprofil zugeordnet werden kann, das eine E-Mail-Adresse enthält, dann wird dieser Besucher in den Export für diesen Tag eingeschlossen. Die Fenster für die Auslöserverzögerung und für das Unterdrückungsereignis können auf maximal 30 Tage in der Vergangenheit festgelegt werden. Der Zeitrahmen, den Sie für jede dieser Optionen auswählen, hängt vom Wesen der auf dem Verlassen von Objekten basierenden Mitteilung ab, die Sie planen. Wenn Sie zum Beispiel eine Nachricht mit einer Erinnerung an die nicht abgeschlossene Konversion ohne einen Best-Practice-Vorschlag als Anreiz senden möchten, sollte ein kürzerer Zeitrahmen von 1 bis 2 Tagen gewählt werden. Längere Verzögerungen von bis zu einer Woche sollten verwendet werden, wenn Sie dem Besucher einen Anreiz bieten möchten, auf die Site zurückzukehren und die Konversionsaktivität abzuschließen. Denn es wäre unnötig, Besuchern, die höchstwahrscheinlich von selbst zurückkehren, Anreize für die Konversion zu bieten.

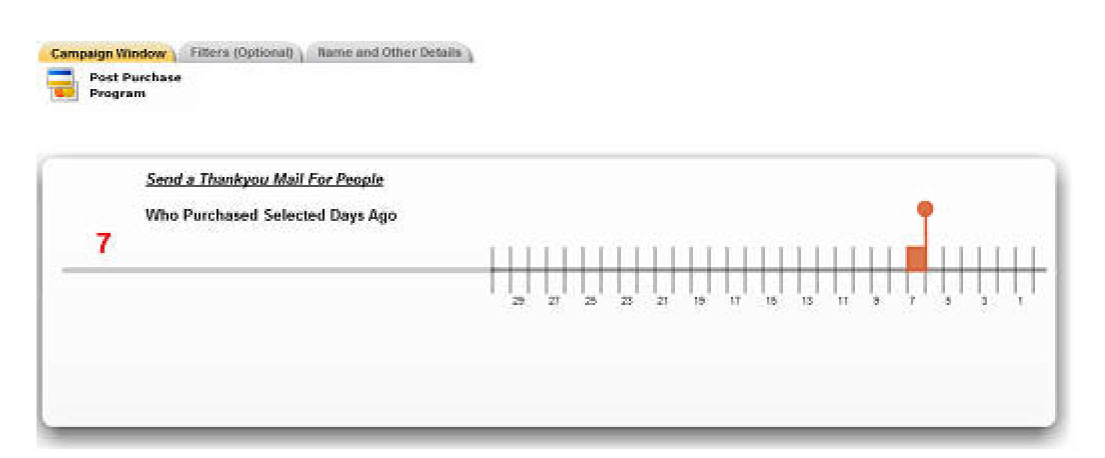
3. LIVEmail bietet zusätzlich die Möglichkeit, die Liste Ihrer Exportziele nach dem Typ des Abbruchs der Konversion zu filtern, die für Ihr Unternehmen maßgeblich ist. Zum Beispiel möchten Kunden aus dem Einzelhandel möglicherweise nur die Besucher ansprechen, die die Site verlassen haben, ohne bestimmte Produkte bestimmter Produktkategorien oder mit bestimmten Produktattributen gekauft zu haben. Um einen Filter anzuwenden, wählen Sie im Dropdown-Menü einen der unterstützten Kriterientypen aus und klicken dann auf **Kriterien hinzufügen** (Add Criteria). Dadurch wird ein Logikeditor geöffnet, in dem Sie verschiedene Übereinstimmungskriterien für Zeichenfolgen eingeben können, mit denen die gewünschte Filterlogik definiert wird.
4. Klicken Sie auf **Name und andere Details** (Name and Other Details), um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Programm" erforderlich sind. Die erforderlichen Informationen sind mit denen im Abschnitt zum Best-Practice-Programm "Durchsuchen" identisch.

Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten für Ihr Best-Practice-Programm "Abbruch" angegeben haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Die erste Instanz des Exports wird dann am Tag nach der Aktivierung gesendet. Wenn Sie das Best-Practice-Programm "Abbruch" abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed in der Fußzeile "Integrieren in IBM Digital Analytics" angedockt. Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Programm "Nach der Konversion" für Buchungen/Anwendungen/ Käufe

Obwohl auf den meisten Sites automatisierte E-Mail-Programme eingerichtet sind, um sich bei den Kunden für die Käufe zu bedanken, finden Programme für Aktionen nach der Konversion zunehmend neue Anwendungsfälle. Zum Beispiel hat die rasante Zunahme benutzergenerierter Inhalte wie Bewertungen und Kritiken als Antrieb für die Konversion von Besuchern zu Best-Practice-E-Mail-Nachrichten geführt, die auf den Abschluss von Konversionen abgestimmt sind. Nachrichten an Kunden mit der Bitte um Produktkritiken sind für soziale oder Mund-zu-Mund-Marketingstrategien jeder Site von entscheidender Bedeutung. Jedoch können unterschiedliche Sites sehr unterschiedliche Kriterien in Bezug auf das Timing dieser Anforderungen erfordern. Es liegt auf der Hand, dass Sie Ihren Kunden genügend Zeit lassen müssen, ein bestelltes Produkt zu erhalten und zu erleben, bevor Sie von ihnen eine Kritik erbitten oder ihnen Up-Selling- oder Cross-Selling-Empfehlungen zukommen lassen. Best-Practice-Programme des Typs "Nach der Konversion" können bei der Optimierung des Erfolgs von E-Mail-Marketingaktivitäten dieser Typen helfen.

1. Ziehen Sie das Symbol für das Best-Practice-Programm "Nach der Konversion" in den LIVEmail-Frame "Integrieren". Ihre Benutzerschnittstelle wird dann aktualisiert und zeigt eine Konfigurationsanzeige an, die aus drei Schritten zur Definition Ihres LIVEmail-Exports besteht.
2. Auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" (Campaign Window) werden Sie aufgefordert, eine Verzögerung für das Auslöserereignis für die Aktivität nach der Konversion anzugeben. Je nach den Geschäftsanforderungen Ihres Unternehmens kann der Ereignisauslöser auf maximal 30 Tage in der Vergangenheit festgelegt werden. Aber wenn Sie dieses Best-Practice-Programm verwenden, um E-Mails zu senden, in denen Sie sich bedanken und/oder Cross-Selling-Angebote für weitere Produkte machen, dann sollten Sie kürzere Verzögerungen für die Ereignisauslöser wählen. Wenn Sie das Programm "Nach dem Kauf" verwenden, um eine Kritik zu erbitten, sind längere Auslöserverzögerungen angebracht, um sicherzustellen, dass die Kunden genügend Zeit haben, um den gekauften Artikel zu verwenden und zu erleben, damit Sie von diesen Kunden durchdachte und hilfreiche benutzergenerierte Inhalte erhalten.



Wenn bei dieser Konfiguration im obigen Screenshot der Exportfeed an jedem Morgen kompiliert wird, sucht LIVEmail nach allen Websitebesuchern, die sieben Tage zuvor eine Konversion abgeschlossen haben. Wenn das Cookie eines Besuchers einem Registrierungsprofil zugeordnet werden kann, das eine E-Mail-Adresse enthält, dann wird dieser Besucher in den Export für diesen Tag eingeschlossen. Wie bereits erwähnt, kann das Fenster für die Auslöserverzögerung auf maximal 30 Tage in der Vergangenheit festgelegt werden.

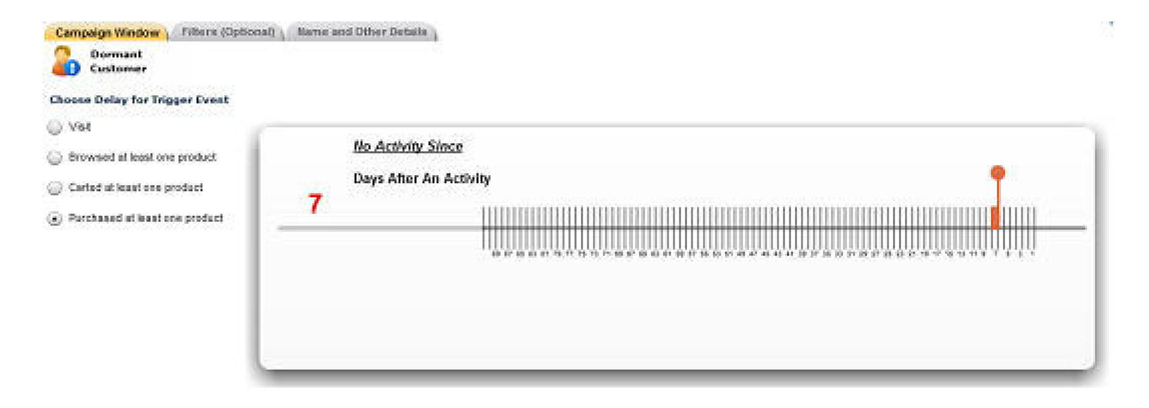
3. LIVEmail bietet zusätzlich die Möglichkeit, die Liste Ihrer Exportziele nach dem Typ der Konversionsaktivität zu filtern, die für Ihr Unternehmen maßgeblich ist. Als Beispiel sei angenommen, dass Sie auf Ihrer Site nur Produktbewertungen und -kritiken für ausgewählte Kategorien implementiert haben. Mit der Filteroption könnten Sie dann für die E-Mail-Kampagne "Schreiben Sie eine Kritik" die Kunden heraus ziehen, die Artikel außerhalb der angegebenen Kategorien gekauft haben.
4. Klicken Sie auf **Name und andere Details** (Name and Other Details), um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Programm" erforderlich sind. Die erforderlichen Informationen sind mit denen im Abschnitt zum Best-Practice-Programm "Durchsuchen" identisch.

Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten für Ihr Best-Practice-Programm "Nach der Konversion" angegeben haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Die erste Instanz des Exports wird dann am Tag nach der Aktivierung gesendet. Wenn Sie das Best-Practice-Programm "Nach der Konversion" abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed in der Fußzeile "Integrieren in IBM Digital Analytics" angedockt. Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Programm "Nicht aktiver Kunde"

E-Mail-Kampagnen sind eine sehr kostengünstige Möglichkeit, Websitebesucher, die Ihre Website eine gewisse Zeit nicht besucht haben, wieder zu aktivieren und erneut auf Ihre Website zu locken. Das LIVEmail-Best-Practice-Programm "Nicht aktiver Kunde" stellt einen Mechanismus bereit, mit dessen Hilfe Sie besonders mit registrierten Kunden und Besuchern, die Ihre Website eine gewisse Zeit nicht besucht haben, in Kontakt bleiben können. Da der Typ des Auslöserereignisses, anhand dessen Sie die Passivität definieren, variieren kann, bietet LIVEmail mehrere Mechanismen zur Definition eines nicht aktiven Kunden.

1. Ziehen Sie das Symbol für das Programm "Nicht aktiver Kunde" in den LIVEmail-Frame "Integrieren". Ihre Benutzerschnittstelle wird dann aktualisiert und zeigt eine Konfigurationsanzeige an, die aus drei Schritten zur Definition Ihres LIVEmail-Exports besteht.
2. Auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" (Campaign Window) werden Sie aufgefordert, den Typ nicht aktiver Kunden auszuwählen, den Sie ansprechen möchten. Sie können Kunden ansprechen, die Ihre Site nicht besucht haben, auf Ihrer Site keine Produkte angezeigt haben, nicht eingekauft haben oder innerhalb einer bestimmten Anzahl von Tagen nicht auf Ihrer Site gekauft haben. Wählen Sie einfach die Ereignisdefinition für die Passivität aus, die Sie verwenden möchten, indem Sie das entsprechende Optionsfeld aktivieren. Danach geben Sie den Zeitraum in der Vergangenheit an, den Sie bei der Definition eines nicht aktiven Kunden zugrunde legen möchten. Für dieses Best-Practice-Programm können Sie Kunden ansprechen, die in einem Zeitraum von bis zu 90 Tagen in der Vergangenheit an einer bestimmten Websiteaktivität beteiligt waren und seitdem keine Sitzung mehr durchgeführt haben. Je nach Ihrer Site und dem Wesen der E-Mail-Nachrichten, die Sie senden möchten, um den Kunden zurück auf Ihre Site zu locken, kann die optimale Einstellung für die Auslöserverzögerung variieren.



3. LIVEmail bietet zusätzlich die Möglichkeit, die Liste Ihrer Exportziele nach der Definition der Passivität zu filtern, die Sie angewendet haben.

   Anmerkung: Wenn Sie die Passivitätsdefinition **Besuchen** (Visit) ausgewählt haben, wird die Registerkarte "Filter" (Filter) inaktiviert, da sie auf Auslöserereignisse dieses Typs nicht anwendbar ist.
4. Klicken Sie auf **Name und andere Details** (Name and Other Details), um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Programm" erforderlich sind. Die erforderlichen Informationen sind mit denen im Abschnitt zum Best-Practice-Programm "Durchsuchen" identisch.

Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten für Ihr Best-Practice-Programm "Nicht aktiver Kunde" angegeben haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Die erste Instanz des Exports wird dann am Tag nach der Aktivierung gesendet. Wenn Sie das Best-Practice-Programm "Nicht aktiver Kunde" abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed in der Fußzeile "Integrieren in IBM Digital Analytics" angedockt. Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Benutzerdefinierte Formate

Zusätzlich zu den angebotenen vordefinierten und zertifizierten ESP-Partner-Feeds (ESP = E-Mail-Service-Provider) und Best-Practice-Programm-Feeds ermöglicht LIVEmail Ihnen für jeden Export von Daten zu Besucheraktivitäten, der für eine Weitervertriebskampagne verwendet wird, die Definition eines vollständig benutzerdefinierten Exportformats. LIVEmail unterstützt zwei Typen benutzerdefinierter Formate:

- Aktivitätsdatensatzfeed
- Kundendatensatzfeed

Aktivitätsdatensatzfeed

Der Aktivitätsdatensatzfeed in LIVEmail stellt einen Export bereit, der täglich verarbeitet wird und so konfiguriert werden kann, dass eine oder mehrere der folgenden unterstützten Websiteaktivitäten von Besuchern enthalten sind.

- Produkt angezeigt
- Produkt gekauft
- Produkt verlassen
- Produkt in Warenkorb gelegt
- Interne Suchen
- Seitenansicht

- Konversionsereignis eingeleitet
- Konversionsereignis abgeschlossen

Die Aktivitätsdatensatzfeeds in LIVEmail werden so angeordnet, dass jede Zeile im Export einer eindeutigen Besucher/Aktivität-Kombination entspricht. Wenn zum Beispiel ein Besucher fünf Seiten auf einer Site durchsucht hat und der Aktivitätsdatensatzfeed in LIVEmail so konfiguriert wurde, dass die Aktivität "Seitenaufruf" enthalten ist, enthält die Exportdatei fünf Zeilen, die jeweils einer vom Besucher angezeigten Seite entsprechen. Zusätzlich zur Websiteaktivität sind weitere zugehörige Informationen vorhanden.

Exportschlüssel
Für Ihren Aktivitätsdatensatzfeed können Sie eine von vier unterstützten Schlüsselspalten auswählen. Ihr Export kann so konfiguriert werden, dass E-Mail-ID, Cookie-ID, Cookie-ID | Sitzungs-ID oder Registrierungs-ID als Schlüsselspalte verwendet wird und in Ihrer Exportdatei enthalten sein soll.

Aktivitätstyp
Eine numerische Kennung für den Typ der Aktivität, die in jeder Zeile des Exports enthalten sein soll.

0 Produkt angezeigt

1 Produkt gekauft

2 Produkt verlassen

3 Produkt in Warenkorb gelegt

4 Interne Suchen

5 Seitenansichten

6 Konversionsereignis eingeleitet

7 Konversionsereignis abgeschlossen

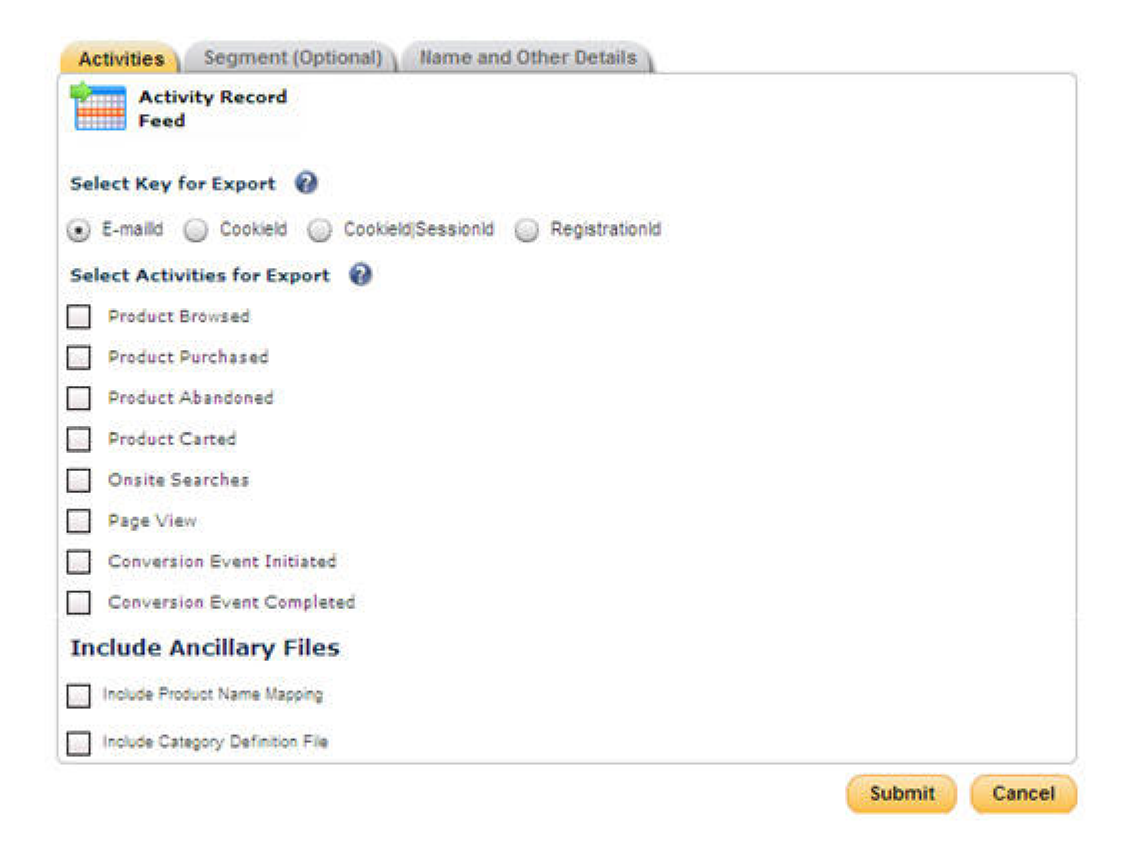
Kategorie-ID
Die ID der Kategorie, zu der die jeweilige Aktivität gehört. Zum Beispiel stellt ein Datensatz zum Aktivitätstyp "Seitenansicht" die Kategorie-ID bereit, zu der die jeweilige angezeigte Seite gehört.

Produkt-ID
Die ID des jeweiligen Artikels in Bezug auf die Aktivität, die verfolgt wurde. Zum Beispiel könnte die Produkt-ID der bei einer internen Suche eingegebene Suchbegriff oder das eingeleitete Konversionsereignis sein.

Aktivitätszeit
Die Startzeit der Besuchersitzung, in der die Aktivität stattgefunden hat.

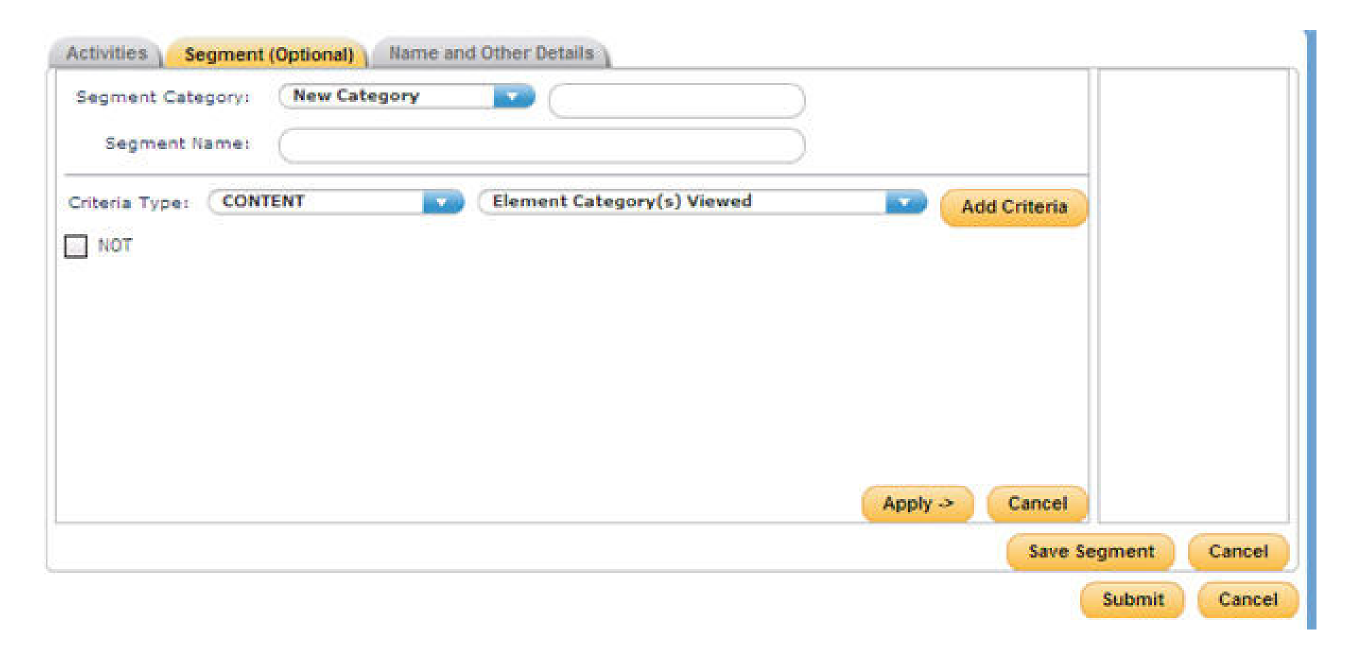
Aktivitätsbetrag
Wenn die Aktivität mit einem Produkt oder einem Konversionsereignis in Zusammenhang steht, beinhaltet der Aktivitätsbetrag den Preis des in den Warenkorb gelegten oder des gekauften Produkts, Ereignispunkte und so weiter.

Um einen Aktivitätsdatensatzfeed zu erstellen, ziehen Sie das Symbol für den Aktivitätsdatensatzfeed mit der Maus in den LIVEmail-Frame "Integrieren". Ihre Benutzerschnittstelle wird dann aktualisiert und zeigt eine Konfigurationsanzeige an, die aus drei Schritten zur Definition Ihres LIVEmail-Exports besteht.



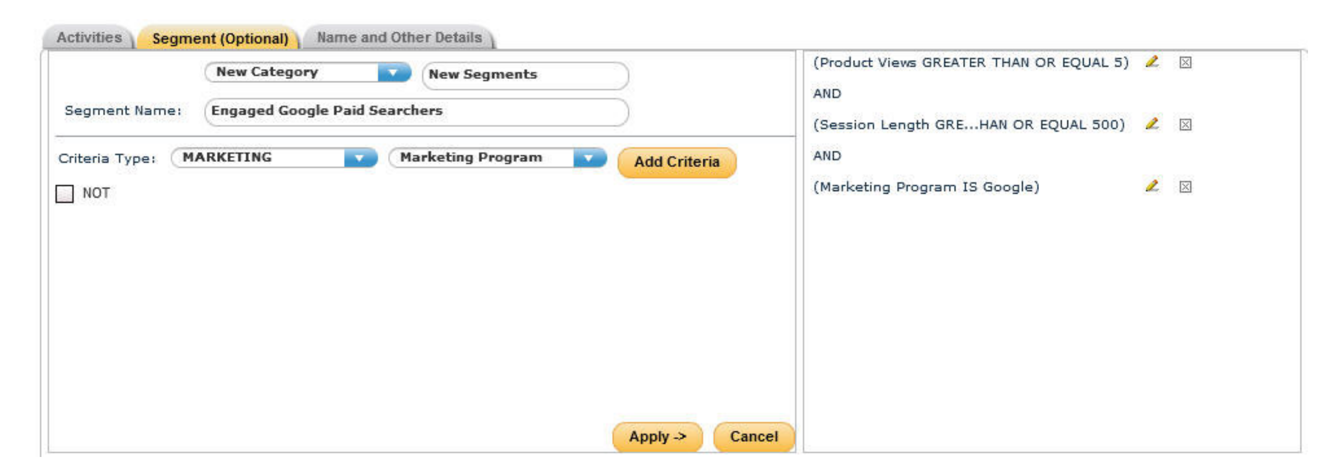
Auf der Registerkarte "Aktivitäten" wählen Sie den Schlüssel aus, den Sie für den Export verwenden möchten, und wählen dann die Aktivitätstypen aus, die eingeschlossen werden sollen. Dazu aktivieren Sie das Kontrollkästchen für jeden Aktivitätstyp, der in Ihrem LIVEmail-Export enthalten sein soll. Sie können in Ihren Export beliebig viele Aktivitäten einschließen.

Konfigurieren Sie für eine zielgruppenspezifische E-Mail-Kampagne, die Sie durchführen möchten, einen Aktivitätsdatensatzfeed, der nur einen Teil der Websitebesucher enthält. Das Anwenden einer Besuchersegmentdefinition auf Ihren Feed ist optional, stellt aber eine äußerst leistungsfähige Funktionalität dar. Um ein neues Segment für die Verwendung in LIVEmail zu erstellen, navigieren Sie zur Registerkarte **Segment** (Segment) und klicken dort auf **Neu** (New).



Anmerkung: LIVEmail-Segmente gelten in der Regel nur für eine Sitzung. Besucher werden nur dann eingeschlossen, wenn sie in einer Websitesitzung alle von Ihnen definierten Segmentkriterien erfüllen. Auch wenn alle Kriterien für den Einschluss in ein Segment erfüllt sind, ist nicht garantiert, dass ein einzelner Besucher in dem Datenanalysezeitraum, bei dem er vor der E-Mail-Sendezeit unterdrückt wird, ein Ereignis nicht abgeschlossen hat.

1. Wählen Sie eine vorhandene Kategorie aus oder erstellen Sie eine neue Kategorie, der Sie Ihr neues Segment zuweisen möchten.
2. Geben Sie einen Namen für das Segment an.
3. Wählen Sie Ihre Kriterien aus und verknüpfen Sie sie miteinander, um das Segment zu definieren. Im folgenden Beispiel haben wir das Segment "Engaged Google Paid Searchers" aus sehr aktiven Nutzern der Google-Suche erstellt, für das die Segmentkriterien aus Besuchersitzungen bestehen, die das Marketingprogramm "Google" betreffen, mindestens 5 Seitenansichten enthalten und mindestens 500 Sekunden dauern.

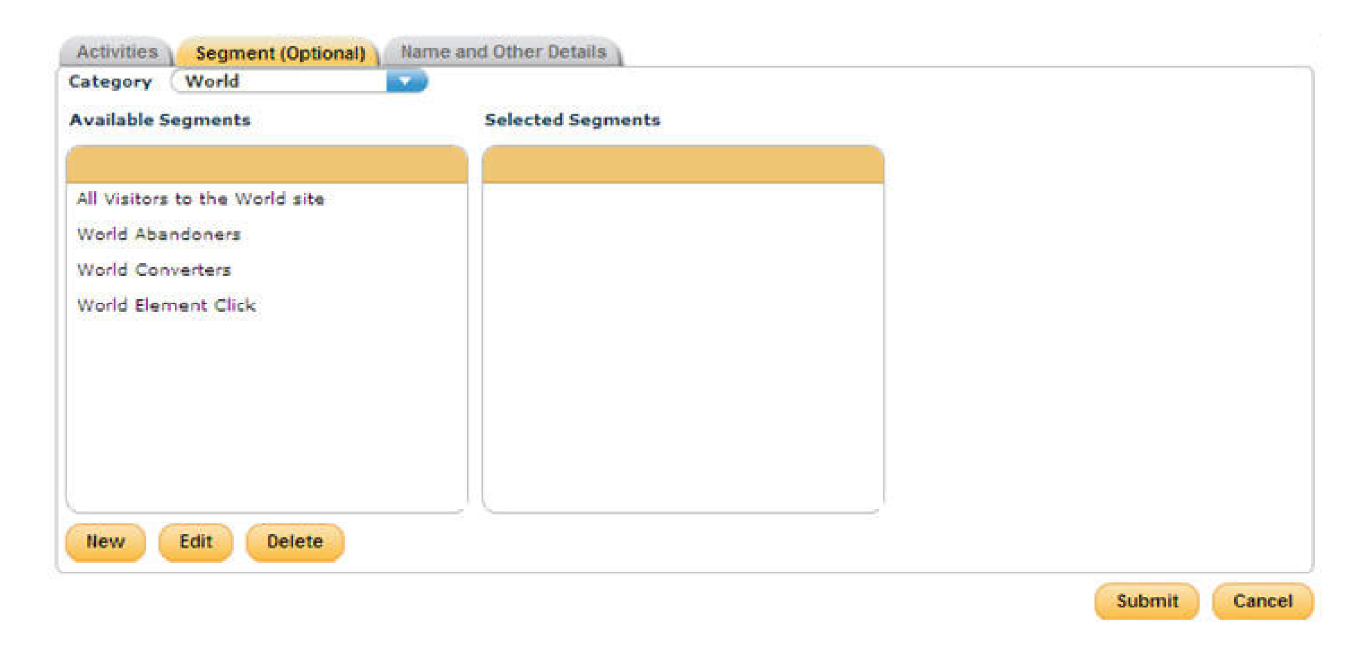


Beim Erstellen Ihres LIVEmail-Segments können Sie entweder nur ein Kriterium auswählen (zum Beispiel: Seite enthält Sportarten) oder mehrere Kriterien mitein-

ander verknüpfen (zum Beispiel: Marketinganbieter enthält "Google" [oder] "Yahoo" [und] Produktname enthält "Nike" [oder] "Reebok").

Bearbeiten oder Löschen eines vorhandenen Segments

Um ein vorhandenes Segment zu bearbeiten, wählen Sie das gewünschte Segment in der Liste "Verfügbare Segmente" aus und klicken dann auf **Bearbeiten**.



Um ein vorhandenes Segment zu löschen, klicken Sie auf **Löschen** (Delete).

Anmerkung: Wenn Sie versuchen, ein Segment zu bearbeiten oder zu löschen, das aktuell auf einen LIVEmail-Export angewendet wird, erhalten Sie eine Warnung, da sich eine Änderung der Definition auf die Ausgabe dieser Feeds auswirken würde.

Klicken Sie auf die Registerkarte "Name und andere Details" (Name and Other Details), um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Programm" erforderlich sind. Geben Sie für den LIVEmail-Export die folgenden Informationen an.

1. Name des Feeds (erforderlich)
Ein benutzerfreundlicher Name für Ihren LIVEmail-Export.

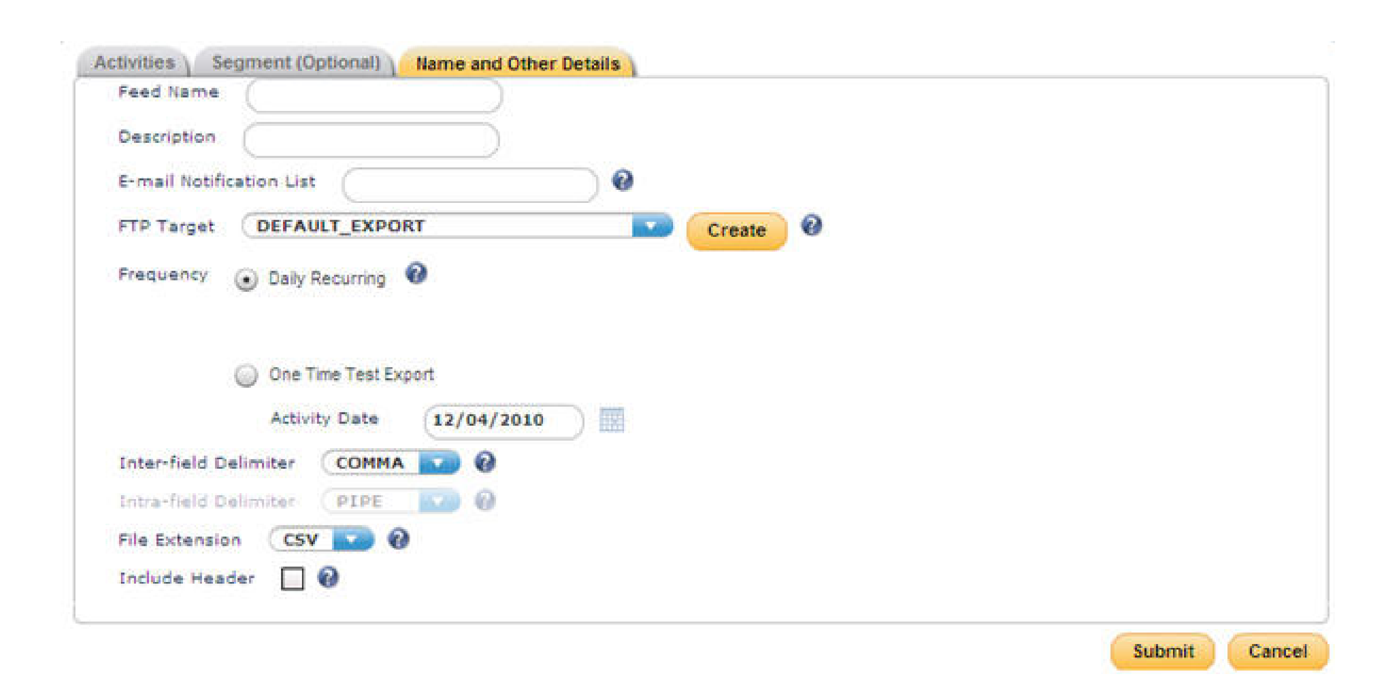
2. Beschreibung (optional)
Eine kurze Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports.

3. E-Mail-Benachrichtigungsliste (erforderlich)
Die E-Mail-Adressen von Empfängern, die Benachrichtigungen über den Status der täglichen Verarbeitung des LIVEmail-Exports erhalten sollen.

4. FTP-Ziel (erforderlich)
Der Dateiserver, an den IBM Digital Analytics den LIVEmail-Feed übermitteln soll. Im Dropdown-Menü "FTP-Ziel" werden alle Ziele angezeigt, die zuvor von Benutzern in Ihres Unternehmens erstellt wurden. Wenn Ihr LIVEmail-Export an einen Standort gesendet werden soll, der noch nicht definiert wurde, klicken Sie auf **Erstellen** (Create), um die FTP-Informationen anzugeben, die IBM Digital Analytics benötigt, um Ihren LIVEmail-Export zu übertragen.

5. **Häufigkeit (erforderlich)**
   Aktivitätsdatensatzfeeds sind regelmäßige Exporte, die täglich ausgeführt werden. Sie können aber auch einen einmaligen Testexport anhand der Websiteaktivität eines beliebigen einzelnen Tages ausführen, um Ihren LIV-Email-Feed zu überprüfen, bevor Sie ihn für die tägliche Verarbeitung einplanen.
6. **Begrenzer zwischen Feldern (erforderlich)**
   Das als Dateibegrenzer empfohlene Zeichen ist das Komma. Sie können Ihre Exportdatei aber auch so konfigurieren, dass das Tabulatorzeichen oder das Verkettungszeichen (senkrechter Strich |) als Dateibegrenzer verwendet wird.
7. **Dateierweiterung (erforderlich)**
   Ungeachtet des von Ihnen angegebenen Trennzeichens zwischen Feldern wird für LIVEmail-Exporte standardmäßig die Dateierweiterung CSV verwendet. Statt der Erweiterung CSV für Ihre LIVEmail-Exportdatei können Sie aber auch die Erweiterung TXT verwenden.

   Anmerkung: Welche Dateierweiterung für Ihren LIVEmail-Export verwendet wird, hängt nicht von dem von Ihnen ausgewählten Trennzeichen zwischen den Feldern ab. Sie können also zum Beispiel Kommas als Begrenzungszeichen verwenden, obwohl Ihr Export die Dateierweiterung TXT verwendet. Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird (zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldtrennzeichen verwendet werden).
8. **Kopfdaten einschließen (optional)**
   Wenn Ihr LIVEmail-Export auch einen Datensatz einschließen soll, der die Namen für die einzelnen Felder im Export enthält, dann aktivieren Sie das Kontrollkästchen **Kopfdaten einschließen** (Include Header).



Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten angegeben haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Die erste Instanz des Exports wird dann am Tag nach der Aktivierung gesendet. Wenn Sie den LIVEmail-Feed abgeschickt haben, sehen Sie das neu erstellte LIVEmail-Feed-Dokument.

Kundenstammdatenfeed

Der Kundendatensatzfeed in LIVEmail stellt einen Export bereit, der täglich oder wöchentlich verarbeitet und so konfiguriert werden kann, dass eine beliebige Anzahl Websiteaktivitäten von Besuchern, Kundenattribute und Sitzungsattribute enthalten sind.

Die Kundendatensatzfeeds in LIVEmail werden so angeordnet, dass jede Zeile im Export alle konfigurierten Daten für genau einen Besucher in dem für den Export geltenden Zeitrahmen enthält. Hierbei wird nicht für jede Aktivität eines Besuchers eine einzelne Zeile generiert. Vielmehr wird für jeden Besucher eine Zeile generiert, in der mehrere Aktivitäten desselben Typs in einem Einzelfeld verkettet werden. Innerhalb eines Einzelfeldes werden mehrere Aktivitätswerte durch ein als Begrenzer in Feldern festgelegtes Zeichen voneinander getrennt.

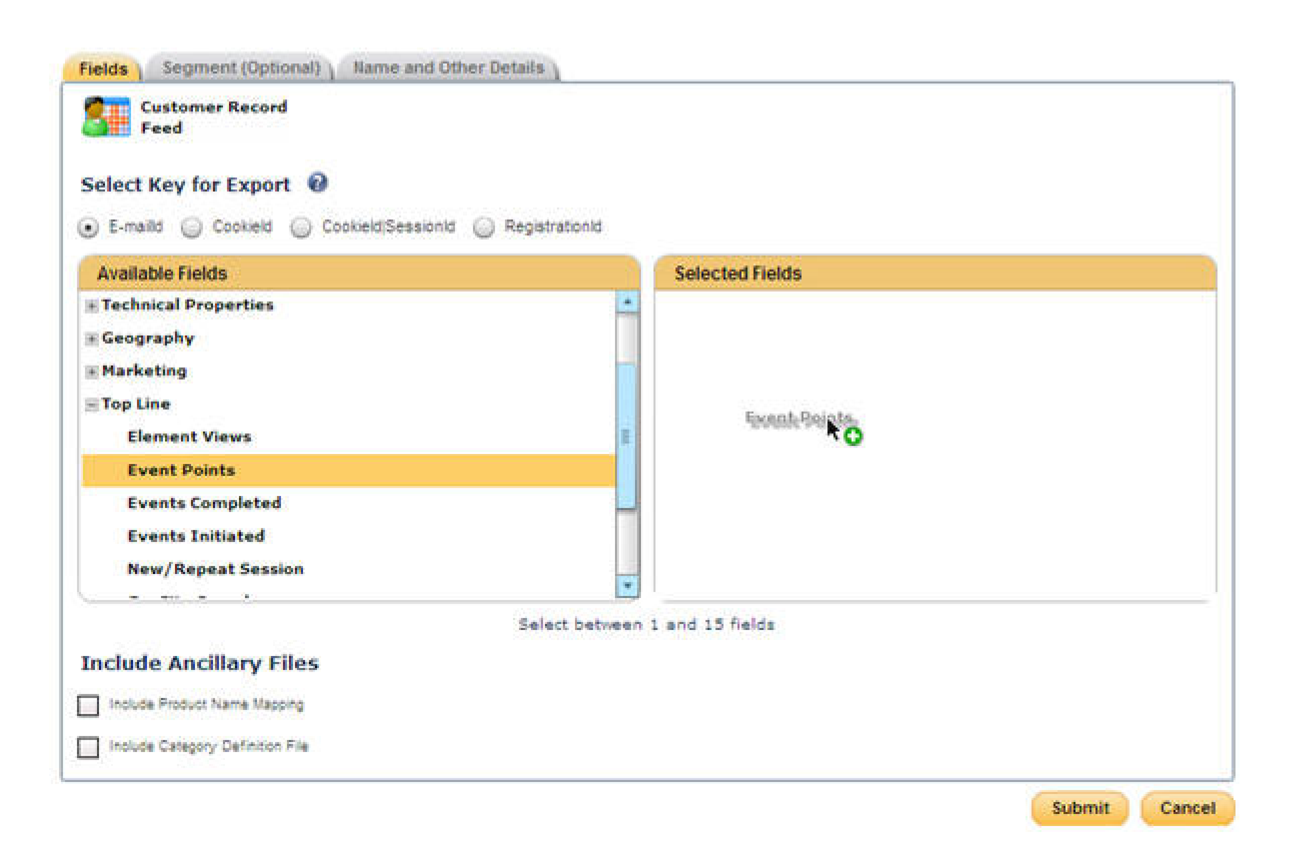
Um einen Kundendatensatzfeed zu erstellen, ziehen Sie das Symbol für den Kundendatensatzfeed mit der Maus in den LIVEmail-Frame "Integrieren". Ihre Benutzerschnittstelle wird dann aktualisiert und zeigt eine Konfigurationsanzeige an, die aus drei Schritten zur Definition Ihres LIVEmail-Exports besteht.

Auf der Registerkarte "Felder" wählen Sie den Schlüssel aus, den Sie für den Export verwenden möchten, und wählen dann die Datenfelder aus, die eingeschlossen werden sollen. Für Ihren Kundenstammdatenfeed können Sie eine von vier unterstützten Schlüsselspalten auswählen. Ihr Export kann so konfiguriert werden, dass E-Mail-ID, Cookie-ID, Cookie-ID | Sitzungs-ID oder Registrierungs-ID als Schlüsselspalte in der Datei verwendet wird.

Wählen Sie für jeden Websitebesucher die Datenfelder aus, die in Ihrer Exportdatei enthalten sein sollen. Die verfügbaren Datenfelder werden in den folgenden Kategorien zusammengefasst. Es sind jedoch nicht alle Kategorien für alle Branchenimplementierungen von IBM Digital Analytics verfügbar:

- Inhalt (zum Beispiel Felder im Zusammenhang mit Seiten, Ereignissen, Immobilien oder Werbeaktionen auf Websites)
- Vermarktung und Produkte (zum Beispiel Felder im Zusammenhang mit Produktansichten, Shops oder Bestellungen)
- Registrierung (zum Beispiel Felder für Geschlecht oder Einkommen im Zusammenhang mit Registrierungsinformationen)
- Übersicht (zum Beispiel Summenangaben wie Summe der Ereignispunkte oder bestellten Artikel)
- Technische Eigenschaften (zum Beispiel Informationen zum System des Besuchers wie Browsertyp, Sprache oder Verbindungsgeschwindigkeit)
- Geografie (zum Beispiel Standortinformationen aus Ereignissen, die nicht zur Kategorie "Registrierung" gehören)
- Marketing (zum Beispiel Marketingprogramm, Ziel-URL oder Verweis-URL)

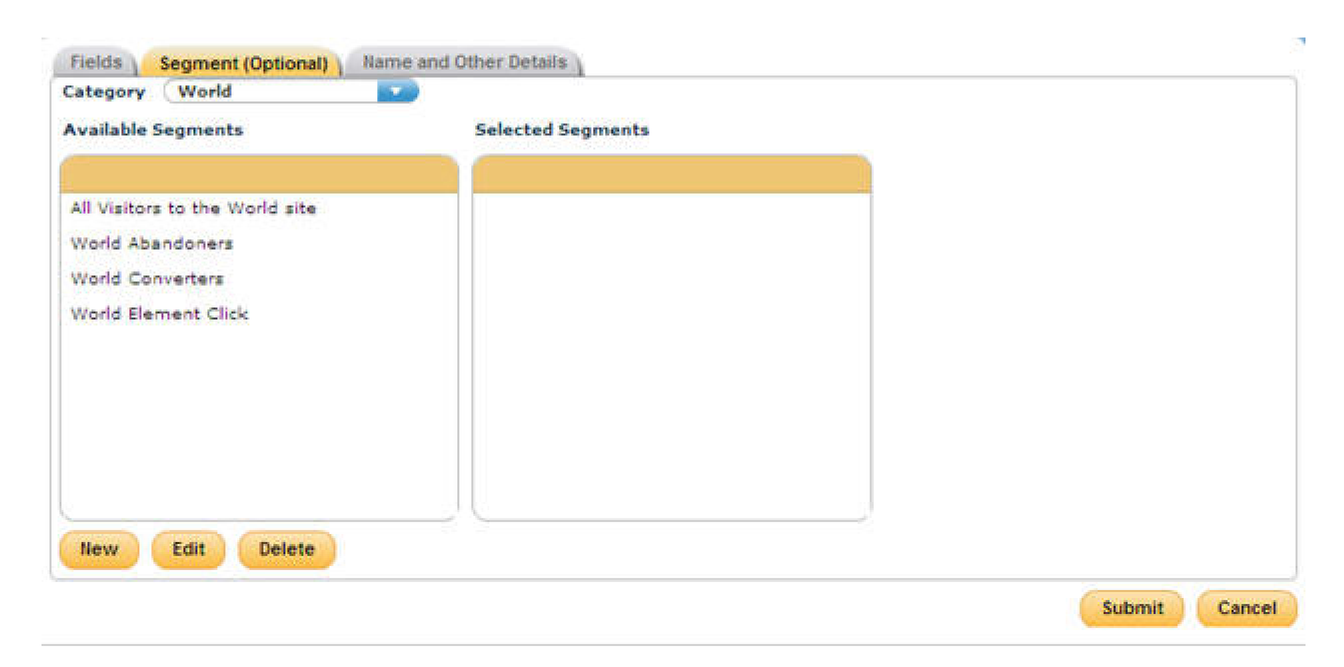
Um ein Feld in Ihren Export einzuschließen, ziehen Sie es mit der Maus aus der Liste "Verfügbare Felder" in die Liste "Ausgewählte Felder".



Um ein bereits ausgewähltes Feld wieder zu entfernen, ziehen Sie es mit der Maus aus der Liste "Ausgewählte Felder" zurück in die Liste "Verfügbare Felder". Sie können Felder in beiden Listen auch auswählen und entfernen, indem Sie sie doppelt anklicken. In einen Kundenstammdatenfeed können bis zu 15 unterschiedliche Datenfelder eingeschlossen werden.

Zusätzlich zur LIVEmail-Basisdatei für den Kundendatensatzfeed können Sie zwei Hilfsdateien anhängen, indem Sie die entsprechenden Kontrollkästchen im unteren Teil der Seite "Felder" aktivieren. Die Datei mit den Produktnamenzuordnungen und die Datei mit den Kategorieinformationen können nützlich sein, wenn Sie überprüfen möchten, ob Sie die richtigen Kategorieinformationen angegeben haben, wenn Sie in Ihrem Export nur Felder auf der Ebene der Produkt-ID oder Seiten-ID exportieren. Sie können eine Segmentierungslogik auf Ihre Exportdatei anwenden. Das Anwenden von Segmentkriterien ist optional, stellt aber eine äußerst leistungsfähige Funktionalität in LIVEmail dar. Um ein neues Segment für die Verwendung in LIVEmail zu erstellen, navigieren Sie zur Registerkarte **Segment** (Segment) und klicken dort auf **Neu** (New). Wenn Sie in LIVEmail bereits Segmente erstellt haben, können Sie zwischen Ihren vorhandenen Segmenten navigieren, indem Sie im Dropdown-Menü "Kategorie" verschiedene Segmentkategorien auswählen. Alle Segmente, die in der von Ihnen ausgewählten Kategorie enthalten sind, werden im Frame "**Verfügbare Segmente**" angezeigt und können mit der Maus in den Frame "**Ausgewählte Segmente**" verschoben werden.

Auf dieser Registerkarte können Sie auch jedes vorhandene Segment bearbeiten oder löschen, indem Sie im Frame "**Verfügbare Segmente**" das gewünschte Segment auswählen und auf die entsprechende Schaltfläche klicken. Wenn Sie versuchen, ein vorhandenes Segment zu löschen oder zu modifizieren, das aktuell auf einen der aktuellen LIVEmail-Exporte Ihres Unternehmens angewendet wird, erhalten Sie eine Warnung.



Klicken Sie auf **Name und andere Details** (Name and Other Details), um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Programm" erforderlich sind. Geben Sie für den LIVEmail-Export die folgenden Informationen an.

Name des Feeds (erforderlich)
Ein benutzerfreundlicher Name für Ihren LIVEmail-Export.

Beschreibung (optional)
Eine kurze Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports.

E-Mail-Benachrichtigungsliste (erforderlich)
Die E-Mail-Adressen von Empfängern, die Benachrichtigungen über den Status der täglichen Verarbeitung des LIVEmail-Exports erhalten sollen.

FTP-Ziel (erforderlich)
Der Dateiserver, an den IBM Digital Analytics den LIVEmail-Feed übermitteln soll. Im Dropdown-Menü "FTP-Ziel" werden alle Ziele angezeigt, die zuvor von Benutzern in Ihres Unternehmens erstellt wurden. Wenn Ihr LIVEmail-Export an einen Standort gesendet werden soll, der noch nicht definiert wurde, klicken Sie auf **Erstellen** (Create), um die FTP-Informationen anzugeben, die IBM Digital Analytics benötigt, um Ihren LIVEmail-Export zu übertragen.

Häufigkeit (erforderlich)
Kundenstammdatenfeeds können so geplant werden, dass sie täglich oder wöchentlich ausgeführt werden. Sie können aber auch einen einmaligen Testexport anhand der Websiteaktivität eines einzelnen Tages ausführen, um einen LIVEmail-Feed zu überprüfen, bevor Sie ihn planen.

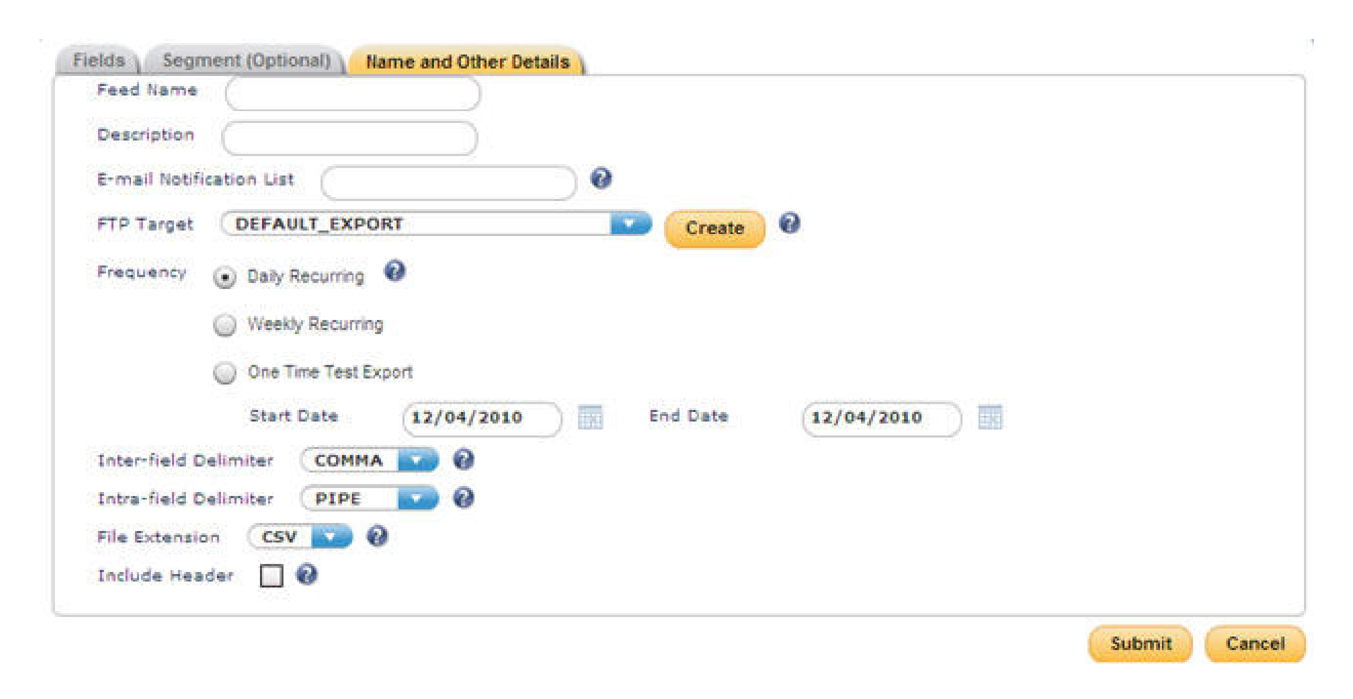
Begrenzer zwischen Feldern (erforderlich)
Das als Feldtrennzeichen empfohlene Zeichen ist das Komma. Sie können Ihre Exportdatei aber auch so konfigurieren, dass das Tabulatorzeichen oder das Verkettungszeichen (senkrechter Strich |) als Feldtrennzeichen verwendet wird.

Begrenzer in Feldern (erforderlich)
Das empfohlene Trennzeichen im Feld ist das Verkettungszeichen (senkrechter Strich |), wenn ein Komma als Feldtrennzeichen verwendet wird. Sie können die Exportdatei aber auch für die Verwendung eines anderen Zeichens konfigurieren. Sie können dasselbe Zeichen nicht gleichzeitig als Trennzeichen zwischen Feldern und als Trennzeichen im Feld verwenden.

Dateierweiterung (erforderlich)
Ungeachtet des von Ihnen angegebenen Trennzeichens zwischen Feldern wird für LIVEmail-Exporte standardmäßig die Dateierweiterung CSV verwendet. Statt der Erweiterung CSV für Ihre LIVEmail-Exportdatei können Sie aber auch die Erweiterung TXT verwenden.

Anmerkung: Welche Dateierweiterung für Ihren LIVEmail-Export verwendet wird, hängt nicht von dem von Ihnen ausgewählten Trennzeichen zwischen den Feldern ab. Sie können also zum Beispiel Kommas als Begrenzungszeichen verwenden, obwohl Ihr Export die Dateierweiterung TXT verwendet. Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird (zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldtrennzeichen verwendet werden).

Kopfdaten einschließen (optional)
Wenn Ihr LIVEmail-Export auch einen Datensatz einschließen soll, der die Namen für die einzelnen Felder im Export enthält, dann aktivieren Sie das Kontrollkästchen **Kopfdaten einschließen** (Include Header).



Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten angegeben haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Die erste Instanz des Exports wird dann am Tag nach der Aktivierung gesendet. Wenn Sie den LIVEmail-Feed abgeschickt haben, sehen Sie das neu erstellte LIVEmail-Feed-Dokument in der Fußzeile "Integrieren in IBM Digital Analytics". Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Menü "Verwalten" (Manage)

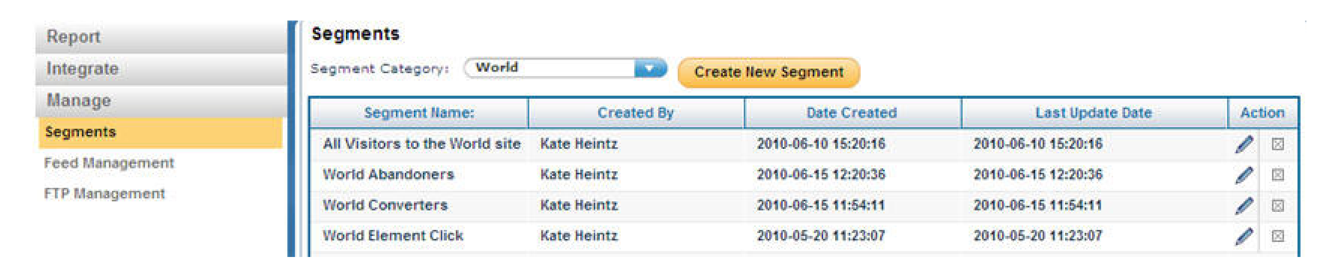
Das LIVEmail-Menü "Verwalten" (Manage) enthält die Funktionalität für die Überwachung Ihrer Datenexporte sowie für die Verwaltung Ihrer LIVEmail-Segmente und der Anmerkungen, die Sie in den systemeigenen Berichten von LIVEmail erstellt haben.

Informationen zum Zugriff auf die Videos des Lernprogramms zu den Datentypen, die IBM Digital Analytics in LIVEmail bereitstellt, finden Sie auf der Support-Website von IBM Digital Analytics:

`https://support.coremetrics.com`

Segmente

Zusätzlich zum Verwalten der Segmente während der Erstellung benutzerdefinierter LIVEmail-Exporte können Sie Segmente auch in der LIVEmail-Anzeige **Verwalten** > **Segmente** (Manage > Segments) verwalten (erstellen, bearbeiten oder löschen).



Wählen Sie die Segmentkategorie aus, um das Segment zu finden, das Sie verwalten möchten. Danach wählen Sie die gewünschte Aktion aus (Bearbeiten, Kopieren oder Löschen). Ein neues Segment können Sie erstellen, indem Sie auf **Neues Segment erstellen** (Create New Segment) klicken. Dieses Segment wird erst dann auf vorhandene LIVEmail-Exporte angewendet, wenn Sie diesen Export beim Konfigurieren eines neuen Feeds oder beim Bearbeiten eines vorhandenen Feeds auswählen. Klicken Sie auf die Spaltenüberschriften, um die Tabelle der Segmente zu sortieren.

Feed-Verwaltung

Die Seite "Feed-Verwaltung" (Feed Management) enthält eine Tabelle mit Informationen zu allen aktuellen LIVEmail-Datenexporten. Auf der Seite "Feed-Verwaltung" können Sie den Status jedes Exports ermitteln, den Status der letzten Ausführung überprüfen oder einen Export bearbeiten. Die Tabelle "Feed-Verwaltung" enthält für jeden LIVEmail-Export, den Sie erstellt haben, die folgenden Informationen.

Name des Feeds
Der Name, der von dem Benutzer, der den LIVEmail-Export erstellt hat, angegeben wurde.

Typ des Feeds
Der Typ des LIVEmail-Feeds (zum Beispiel "Best Practice", "Partner" oder "Benutzerdefiniert").

Name des FTP-Ziels
Das FTP-Ziel, an das der LIVEmail-Export planmäßig zugestellt werden soll.

E-Mail-ID
: Die E-Mail-Adressen, die vom Ersteller des LIVEmail-Exports als Empfänger der Benachrichtigungen über den ausgewählten LIVEmail-Export angegeben wurden.

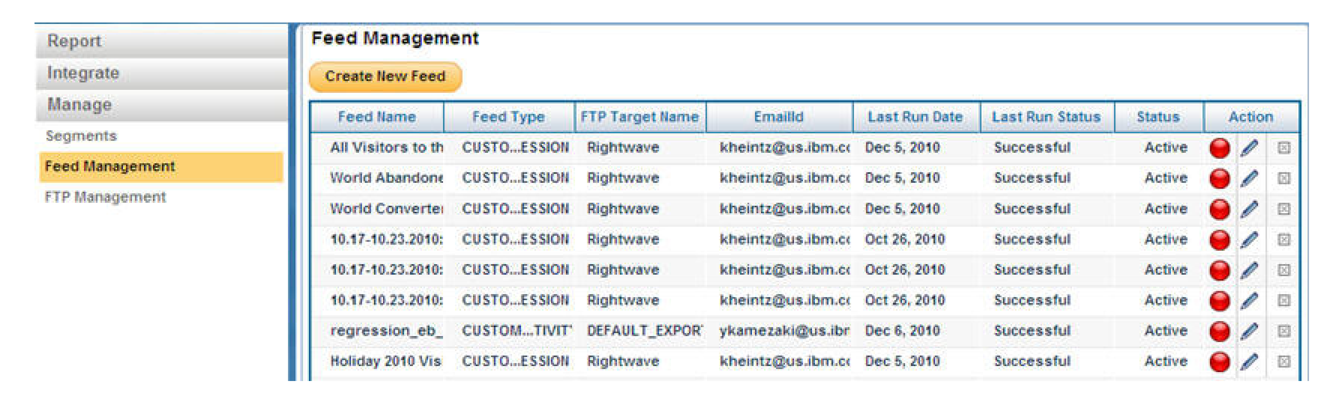
Datum der letzten Ausführung
: Das Datum, an dem der LIVEmail-Export zuletzt verarbeitet wurde. Wenn ein LIVEmail-Export nicht aktiviert wurde, wird im Feld "Letztes Ausführungsdatum" die Angabe **Noch nicht gestartet** angezeigt.

Status der letzten Ausführung
: Zeigt an, ob die letzte Ausführung des LIVEmail-Exports erfolgreich war oder nicht. Wenn ein LIVEmail-Export nicht aktiviert wurde, wird im Feld "Status letzte Ausführung" die Angabe **Noch nicht gestartet** angezeigt.

Status
: Zeigt an, ob der LIVEmail-Export aktiv ist (regelmäßige Verarbeitung) oder gestoppt wurde.

Aktion
: Abhängig von seinem aktuellen Status werden für jeden LIVEmail-Export mehrere Operationen unterstützt. Alle LIVEmail-Exporte können bearbeitet werden, indem Sie auf das Stiftsymbol ( ) klicken, oder gelöscht werden, indem Sie auf das Löschsymbol ( ) klicken. Sie können einen aktiven LIVEmail-Export stoppen, indem Sie auf das Stoppsymbol ( ) klicken. Dadurch wird seine regelmäßige Verarbeitung beendet. Einen gestoppten LIVEmail-Export können Sie wieder starten, indem Sie auf das Startsymbol ( ) klicken.

Klicken Sie auf die Spaltenüberschriften, um die Tabelle nach bestimmten Feldern zu sortieren.



FTP-Verwaltung

Auf der Seite "FTP-Verwaltung" (FTP Management) können Sie die FTP-Ziele angeben, an die die LIVEmail-Exporte zugestellt werden sollen. Sie können auf dieser Seite Export-FTP-Ziele und Import-FTP-Ziele erstellen. Das FTP-Ziel für den Import wird verwendet, wenn Sie Metriken von Ihrem E-Mail-Service-Provider zu Ihren LIVEmail-Berichten hinzufügen möchten. Die FTP-Ziele für den Export geben die Positionen an, an die die LIVEmail-Exporte gesendet werden sollen.

Die Tabelle "FTP-Verwaltung" (FTP Management) enthält für jedes FTP-Ziel, das Sie erstellen, die folgenden Informationen:

Name des FTP-Ziels
: Der Name, der von dem Benutzer, der das FTP-Ziel erstellt hat, angegeben wurde.

Import/Export (Zieltyp)
: Der Typ des erstellten FTP-Ziels.

Verzeichnis
: Das FTP-Verzeichnis, das für das Ziel angegeben wurde. Wenn beim Angeben des FTP-Ziels kein Verzeichnis angegeben wurde, wird **Standard** angezeigt.

E-Mail-ID
: Die E-Mail-Adressen, die vom Ersteller des FTP-Ziels als Empfänger der Benachrichtigungen zu den Exporten, die an das ausgewählte FTP-Ziel gesendet wurden, angegeben wurden.

Aktion
: Für jedes FTP-Ziel werden mehrere Operationen unterstützt. Alle FTP-Ziele können bearbeitet werden, indem Sie auf das Stiftsymbol ( ) klicken, oder gelöscht werden, indem Sie auf das Löschsymbol ( ) klicken. Klicken Sie auf die Spaltenüberschriften, um die Tabelle nach bestimmten Feldern zu sortieren.

Nachdem Sie ein FTP-Ziel erstellt und gespeichert haben, wird es als eines der Ziele angezeigt, die beim Erstellen Ihres LIVEmail-Feeds für die Auswahl verfügbar sind. Wenn Sie ein FTP-Ziel erstellen, geben Sie für dieses FTP-Ziel die folgenden Konfigurationsdaten an:

Name des FTP-Ziels (erforderlich)
: Ein benutzerfreundlicher Name für das Ziel. Dieser Name wird beim Erstellen eines LIVEmail-Exports als für die Auswahl verfügbar angezeigt.

Adresse des FTP-Servers (erforderlich)
: Die IP- oder URL-Adresse für den FTP-Server.

Verzeichnisname (optional)
: Das Verzeichnis auf dem FTP-Ziel, zu dem IBM Digital Analytics die Verbindung herstellen soll und in das die Exportdateien geschrieben werden. Wenn dieses Feld leer ist, wird das Standardverzeichnis für FTP-Ziele verwendet.

FTP-Port (erforderlich)
: Die Portnummer für das FTP-Ziel.

Benutzer (erforderlich)
: Der Name für das Benutzerkonto, der für die Authentifizierung beim FTP-Server verwendet wird.

Kennwort (erforderlich)
: Das Kennwort für das Benutzerkonto, das für die Authentifizierung beim FTP-Server verwendet wird.

E-Mail (optional)
: Eine Liste mit den E-Mail-Adressen der Benutzer, die über LIVEmail-Exporte, die an das angegebene FTP-Ziel gesendet wurden, benachrichtigt werden sollen.

FTP-Typ (erforderlich)
: Standardmäßig wird der Typ FTP ausgewählt; Sie können stattdessen aber auch SFTP verwenden.

Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten für einen FTP-Server eingegeben haben, klicken Sie im unteren Teil der Seite auf **FTP testen** (Test FTP). Mit dieser Operation wird überprüft, ob alle von Ihnen angegebenen Informationen richtig sind, damit IBM Digital Analytics Ihre LIVEmail-Exporte erfolgreich an das Ziel senden kann. Wenn Sie zufrieden sind, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um das FTP-Ziel zu speichern und für die Verwendung in Ihren LIVEmail-Exporten bereitzustellen.



Das Angeben eines FTP-Ziels für den Import ähnelt dem Erstellen eines Exportziels, beinhaltet jedoch zusätzliche Funktionalität, die die Konfiguration von Importen von Daten zum E-Mail-Posteingang betreffen, die Sie zusätzlich an IBM Digital Analytics senden können, damit sie in LIVEmail-Berichten eingeschlossen werden. Um ein FTP-Ziel für den Import zu erstellen, befolgen Sie zuerst diese Anweisungen und geben für alle erforderlichen Felder Informationen zum Ziel an. Wenn Sie Kampagnendaten, wie zum Beispiel zu gesendeten E-Mails, geöffneten E-Mails, E-Mail-Bounces usw. von Ihrem E-Mail-Service-Provider importieren möchten, können Sie in einem zweiten Schritt Ihre Importdatei auf der Seite "Import-FTP-Ziel erstellen" konfigurieren. Ziehen Sie die Metriken, die Sie aus Ihrem E-Mail-Service-Provider-System importieren möchten, mit der Maus aus der Liste der unterstützten Metriken in der linken Tabelle in die Tabelle auf der rechten Seite. Die ersten drei Felder aller LIVEmail-Importe sind gesperrt und müssen bereitgestellt werden, um sicherzustellen, dass Ihre Daten von anderen Anbietern in der richtigen Form mit den von IBM Digital Analytics erfassten Kampagnenleistungsdaten zusammengeführt werden. Die folgenden Felder sind in jeder LIVEmail-Importdatei die ersten drei Felder.

Datums-ID (jjjjmmtt)
Das Datum der Aktivität, zu der die importierten Daten gehören.

Kampagneninstanz-ID
Die E-Mail-Kampagne, für die die Daten zum Posteingang von Ihrem E-Mail-Service-Provider (ESP) gültig sind.

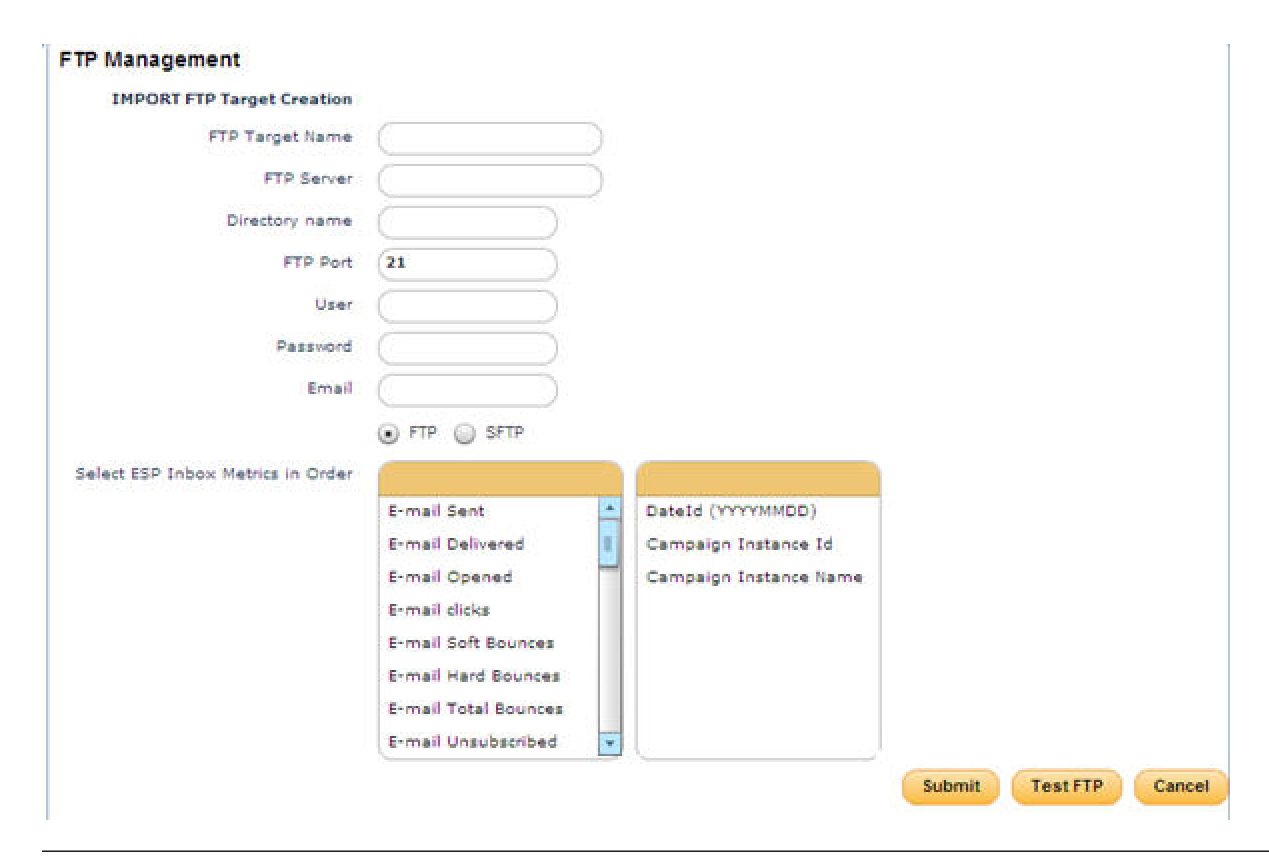
Name der Kampagneninstanz
Ein benutzerfreundlicher Name für die Kampagneninstanz.

Die folgenden Standarddaten zum Posteingang von Ihrem E-Mail-Service-Provider (ESP) werden für den Import unterstützt.

- Gesendete E-Mails
- Zugestellte E-Mails
- Geöffnete E-Mails
- E-Mail-Klicks
- E-Mail-Soft-Bounces
- E-Mail-Hard-Bounces
- E-Mail-Bounces gesamt

- Gekündigte E-Mails
- Weitergeleitetete E-Mails
- Abonnierte E-Mails
- Unterdrückte E-Mails
- E-Mail-Reklamationen
- E-Mail-Blockierungen
- E-Mail-Einschränkung
- Sonstige E-Mail-Antworten
- Geänderte E-Mail-Adressen
- E-Mail-Posteingang Metrik 1 ... 15 - bis zu 15 weitere Daten zum Posteingang, die Ihr ESP bereitstellen könnte.

Anmerkung: Von den unterstützten Metriken können Sie je nach Bedarf alle oder auch nur einen Teil für den Import auswählen. Diese Metriken müssen aber genau in der Reihenfolge der Spalten konfiguriert werden, die Sie in Ihrer Importdatei für ESP-Metriken angeben. Die Felder "E-Mail-Posteingang Metrik 1" (Email Inbox Metrics 1) bis "E-Mail-Posteingang Metrik 15" (Email Inbox Metrics 15) müssen numerische Werte enthalten. Wenn Sie in diesen benutzerdefinierten Feldern Zeichenfolgewerte übergeben, schlägt Ihr Import fehl.



Von Connect zertifizierte LIVEmail-Partner

LIVEmail bietet derzeit sechs branchenweit führende E-Mail-Service-Provider als von Connect zertifizierte Partner.

Alle von Connect für LIVEmail zertifizierten Partner müssen einen Zertifizierungstest auf der LIVEmail-Plattform durchlaufen, bevor sie in die Benutzerschnittstelle der Anwendung aufgenommen werden.

Anmerkung: Die Aktivierung der Datensyndikation in LIVEmail muss von den Partnern, die Sie ausgewählt haben, genehmigt oder geduldet werden. Deshalb müssen Sie mit jedem Partner, mit dem Sie zusammenarbeiten möchten, einen entsprechenden Vertrag abschließen. Achten Sie darauf, dass für die Kampagnen, die Sie ausführen und bei denen Sie LIVEmail einsetzen möchten, wirksame Verträge vorhanden sind, und denken Sie daran, dass Ihre Partner Ihre Anforderung auf Aktivierung der Datensyndikation erwarten.

Die folgenden Abschnitte enthalten einige Basisinformationen zu den einzelnen Unternehmen sowie die Adressen der entsprechenden Websites, auf denen Sie weitere Informationen zu den Lösungen und Services dieser Unternehmen finden.

Experian CheetahMail

Coremetrics & CheetahMail ermöglichen eine intelligente Realisierung verhaltensorientierter zielgruppenspezifischer E-Mail-Kampagnen

Das Ergebnis der Partnerschaft zwischen CheetahMail und IBM Digital Analytics ist eine Marketinglösung für eine intelligente Realisierung verhaltensorientierter zielgruppenspezifischer E-Mail-Kampagnen. Durch Kombination der Daten zum Webverhalten von LIVEmail und den Kundendaten von CheetahMail ist der Kunde in der Lage, zielgruppenspezifische und relevante E-Mails für Erinnerungen, Werbeaktionen, Up-Selling- und Cross-Selling-Aktionen an seine Kunden zu senden.

Die Beziehung zwischen CheetahMail und IBM Digital Analytics mündete in eine enge Partnerschaft, die es den Kunden ermöglicht, ihre eigenen Webanalysedaten schnell und effektiv in ihren E-Mail-Marketingaktivitäten zu nutzen und dabei von der Erfahrung zu profitieren, über die CheetahMail bei der erfolgreichen Übermittlung verhaltensorientierter zielgruppenspezifischer Nachrichten verfügt.

Schnelleinstieg: Ein Ergebnis unserer Partnerschaft sind optimierte Protokolle und eine Infrastruktur, die Ihnen den zügigen Einstieg in Ihre verhaltensorientierten zielgruppenspezifischen E-Mail-Kampagnen ermöglicht.

Weitere Informationen zu den Produkten und Services von CheetahMail finden Sie auf der Unternehmenswebsite: http://www.cheetahmail.com

ExactTarget

ExactTarget und LIVEmail bündeln ihre Kräfte, um einen zyklisch optimierbaren Weitervertrieb zu ermöglichen:

ExactTarget/LIVEmail 2.0 ist eine Integration, mit deren Hilfe die Anbieter Eins-zu-eins-Nachrichten zielgerichtet aus einer voll integrierten Plattform senden können. Die kombinierte Lösung schafft eine Umgebung, in der die Anbieter nach dem Prinzip des Regelkreises Informationen zum Onlineverhalten ihrer Kunden erhalten, auf der Basis einer beliebigen Anzahl von Kriterien zielgruppenspezifische Segmente ermitteln, zielgruppenspezifische Nachrichten verschicken und zukünftige Kampagnen optimieren. Und das Endergebnis? Die Anbieter brauchen sich nicht um das Data-Mining und das Datenmanagement zu kümmern, sondern können sich auf das konzentrieren, was sie am besten können: die Optimierung ihrer Kampagnen über die Erstellung von Inhalten bis zur Verbesserung.

Verschicken relevanter zielgruppenspezifischer Nachrichten:

Die Stärke von IBM Digital Analytics ist die Fähigkeit zur Erfassung leistungsfähiger Daten zum Onlineverhalten von Besuchern und Kunden und ihrer Speicherung in LIVE-Profilen (LIVE = Lifetime Individual Visitor Experience). Die Stärke von ExactTarget ist die Aggregation von Daten aus eines gesamten Unternehmens und die Nutzung dieser Daten für zielgruppenspezifische E-Mail-Nachrichten.

Die folgende Liste enthält nur einige der vielen Anwendungsfälle, die mit der kombinierten Lösung möglich sind:

- Erstellen von Segment aus Stammkunden, um ihnen regelmäßig Details zu Produktneuerungen senden zu können.
- Senden von E-Mails an Kunden, die Produkte abgelehnt haben, mit zielgerichteten Angeboten, um sie zurückzugewinnen.
- Realisieren zielgruppenspezifischer Werbeaktionen auf der Grundlage der beim Kunden erkannten Präferenzen hinsichtlich der Produktkategorie und des bisherigen Onlineverhaltens.
- Senden von Up-Selling-Angeboten innerhalb von zwei Wochen nach einem Erstkauf.
- Gleichzeitiges Durchführen einfacher Befragungen für ein optimales Einkaufserlebnis und Zusammenführen der erhaltenen Daten in LIVE-Profilen für zukünftige Kampagnen.

Weitere Informationen zu den Produkten und Services von ExactTarget finden Sie auf der Unternehmenswebsite: http://www.exacttarget.com

Responsys

Größere Bedeutung des E-Mail-Marketings und höherer ROI mit LIVEmail und Responsys Interact

LIVEmail ist eine Lösung für das verhaltensorientierte zielgruppenspezifische Marketing per E-Mail mit der Möglichkeit der ständigen Optimierung. Nach dem Exportieren der LIVE-Profile von IBM Digital Analytics zu Responsys Interact® kann das E-Mail-Marketing so optimiert werden, dass Kunden auf Basis ihres Verhaltens auf Websites gezielt angesprochen werden, dass also zur richtigen Zeit die richtige Nachricht an den richtigen Kunden gesendet werden kann.

Der Erfolg von E-Mail-Marketingprogrammen hängt vor allem von der Relevanz der Kommunikation mit den Kunden und potenziellen Kunden ab. Mit Responsys und IBM Digital Analytics wird Relevanz für die Unternehmen im Bereich E-Mail-Marketing zu einem erreichbaren Ziel, das quantifizierbar ist und dessen Erfolg gemessen werden kann.

- Gestalten Sie Ihre E-Mail-Nachrichten zielgenau auf der Grundlage des Verhaltens, der Präferenzen und der Interessen der Websitebesucher.
- Senden Sie Ihre E-Mails zum optimalen Zeitpunkt, wenn Kunden und potenzielle Kunden am aufgeschlossensten sind.
- Messen Sie die Auswirkungen Ihrer E-Mail-Marketinginitiativen über die reine Klickrate hinaus auf dem gesamten Weg bis zur Konversion oder zum Verkauf.

Die Integration zwischen der Digital Analytics-Plattform und der E-Mail-Marketingplattform Responsys Interact® ermöglicht einen automatisierten bidirektionalen Fluss von optimierten Kundendaten mit detaillierten Angaben zur Website- und E-Mail-Aktivität. Für Sie bedeutet diese Integration:

- Ein besseres Verständnis für die Variablen, die sich auf die Effektivität von Konversionen und Kampagnen auswirken.

- Die Möglichkeit, das verhaltensorientierte zielgruppenspezifische Marketing und die Segmentierung noch ausgefeilter zu gestalten.
- Eine umfassendere Datenbasis mit personalisierten Daten, die verwendet werden kann, um an genau definierten Punkten im Kundenlebenszyklus hochgradig individualisierte Nachrichten zu senden.

Weitere Informationen zu den Produkten und Services von Responsys finden Sie auf der Unternehmenswebsite:http://www.responsys.com

Silverpop

>Mehr Ertrag durch stärkere E-Mail-Konversion mit LIVEmail und Silverpop

Es ist allgemein anerkannt, dass sich ein steigendes Aufkommen aus dem Eins-zu-eins-Marketing messbar und substanziell auf die Konversionsraten und Erträge von Marketingkampagnen auswirken. Silverpop und IBM Digital Analytics haben ihre Kräfte gebündelt, um das Eins-zu-eins-Marketing Realität werden zu lassen.

LIVEmail ist eine Lösung für das verhaltensorientierte zielgruppenspezifische Marketing per E-Mail mit der Möglichkeit der ständigen Optimierung. Silverpop stellt eine vollständige kosteneffiziente Lösung für das Marketing mit erlaubten E-Mails bereit. Dank der nahtlosen Integration dieser zwei Lösungen können Sie Ihre Kunden mit hochgradig individualisierten Nachrichten erreichen, indem Sie Aktivitäten wie zum Beispiel Kampagnen bei verlassenen Warenkörben und bei Kaufereignissen automatisieren.

Gemeinsam ermöglichen LIVEmail und Silverpop detaillierte Erkenntnisse von der Klickrate bis zur Konversion. Silverpop stellt Metriken zu Einblendungen, Absprung-, Öffnungs- und Klickraten bereit. IBM Digital Analytics liefert Informationen dazu, wie sich die Besucher auf Ihrer Website verhalten, und stellt Ihnen dazu bestimmte Metriken, wie zum Beispiel zu Aktualität (die Zeit seit dem letzten Kauf), Häufigkeit, Browsing-Verhalten und Lebensdauer, bereit. Mit dieser umfassenden Übersicht können Sie ohne großen Aufwand die Effektivität von Kampagnen messen und die Relevanz der von Ihnen gesendeten Nachrichten ständig erhöhen, um bessere Ergebnisse zu erreichen.

Nachrichten mit Leichtigkeit individualisieren

Die Verfolgung auf der Ebene der Empfänger ist das Kernstück der Integration von Silverpop und LIVEmail. Silverpop ermöglicht das Tagging aller URLs in E-Mail-Nachrichten mit einer einfachen einmaligen Einstellung bestimmter Parameter. Jeder Link, der einen Empfänger auf Ihre Website führt, kann unverzüglich die Quelle und den Empfänger der Kampagne identifizieren. Die nahtlose Integration ermöglicht Ihnen die Markierung von Links in E-Mail-Nachrichten und, wenn ein Empfänger reagiert und eine Aktion beliebiger Art auf der Website ausführt, die Verknüpfung dieser Aktion mit der E-Mail-Kampagne.

Weitere Informationen zu den Produkten und Services von Silverpop finden Sie auf der Unternehmenswebsite: http://www.silverpop.com

StrongMail

Coremetrics und StrongMail bieten zyklisch optimierbare kundenorientierte E-Mail-Marketingkampagnen

StrongMail und IBM Digital Analytics haben ihre Kräfte gebündelt und bieten eine höchst effektive gemeinsame IT-Lösung an, die Webanalysedaten nutzt, um strategische E-Mail-Marketingkampagnen zu gestalten und zu implementieren. Gemeinsam ermöglichen StrongMail Message Studio® und LIVEmail es Ihnen, Millionen E-Mails schnell und effizient zu messen, zu interpretieren und zu segmentieren und für bestimmte Segmente genaue, zielgruppenspezifische und einfach zu verwaltende strategische Weitervertriebskampagnen zu interpretieren. Das Endergebnis: ein höherer ROI im Marketing und bessere Erfahrungsberichte der Kunden.

Zielgruppenspezifisches Marketing per E-Mail

LIVEmail ist eine Lösung für das verhaltensorientierte zielgruppenspezifische Marketing per E-Mail mit der Möglichkeit der ständigen Optimierung. StrongMail ist ein führender Anbieter von E-Mail-Marketing- und -Transaktionslösungen. Diese einmalige Lösung von StrongMail ermöglicht die Zentralisierung aller verkaufsfördernden und ereignisgesteuerten E-Mails auf einer einzigen vollständigen Plattform, die komplett neu entwickelt wurde, um den speziellen Bedürfnissen der Unternehmen im Bereich E-Mail-Marketing gerecht zu werden. Dank der nahtlosen Integration zwischen IBM Digital Analytics und StrongMail können Sie detaillierte Kundeninformationen beschaffen, mit deren Hilfe die Relevanz der E-Mail-Marketingkampagnen hinsichtlich Inhalt und Werbeaktionen erhöht und letztendlich die Erträge gesteigert werden können.

Stärke und Flexibilität

StrongMail und IBM Digital Analytics stellen den Unternehmen im Bereich E-Mail-Marketing die Tools und die Flexibilität bereit, die für den Aufbau enger Beziehungen mit Kunden und potenziellen Kunden notwendig sind. Diese intelligente integrierte IT-Lösung zeichnet sich durch eine Vielzahl besonderer Merkmale aus:

- Höchst effektive vorkonfigurierte Kundensegmente.
- Hochgradig automatisierte benutzerfreundliche Technologie.
- Echtzeitzugriff auf Inhalt und Werbeaktionen in E-Mail-Marketingkampagnen.
- Möglichkeiten des Weitervertriebs, die auf Daten zum Websiteverhalten der Abonnenten und auf Leistungsdaten basieren.

Weitere Informationen zu den Produkten und Services von StrongMail finden Sie auf der Unternehmenswebsite: http://www.strongmail.com

e-Dialog

e-Dialog ist der bewährte Anbieter innovativer E-Mail-Marketing- und Datenbanktechnologien, -Produkte, -Strategien und -Services für Marketingunternehmen, die mit auf Erlaubnis basierenden E-Mails arbeiten. Ob die Kunden nun eine Beziehung mit vollem Service oder eine kooperative Beziehung suchen oder selbst implementieren möchten, wir haben die Lösung für ihre Bedürfnisse.

Weitere Informationen zu den Produkten und Services von e-Dialog finden Sie auf der Unternehmenswebsite: http://www.e-dialog.com

eCircle

eCircle ist eines der führenden Unternehmen im Bereich digitales Direktmarketing in Europa und stellt eine vollständige Lösung für das E-Mail-Marketing bereit, die die Übertragung von E-Mail-, SMS-, MMS- und Fax-Kampagnen, eine umfassende Marketingdatenbank für zulässige E-Mail-Kampagnen, Lead-Generierung und Onlinemarktforschung bietet. eCircle ist einer der weltweit größten E-Mail-Versender mit einem Aufkommen von über 2,5 Milliarden E-Mails pro Quartal und ist außerdem mit dem Zugriff auf über 36 Milliarden legal erhaltene E-Mail-Adressen einer der größten Anbieter von E-Mail-Adressen in Europa. Vor kurzem hat das Unternehmen gemeinsam mit Argos den Revolution Innovation Award 2009 in der Kategorie "Best Use of Email" gewonnen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in München und Niederlassungen in London, Paris und Mailand. Zu seinen Kunden zählen unter anderem BP, BT Business, MTV und Samsung.

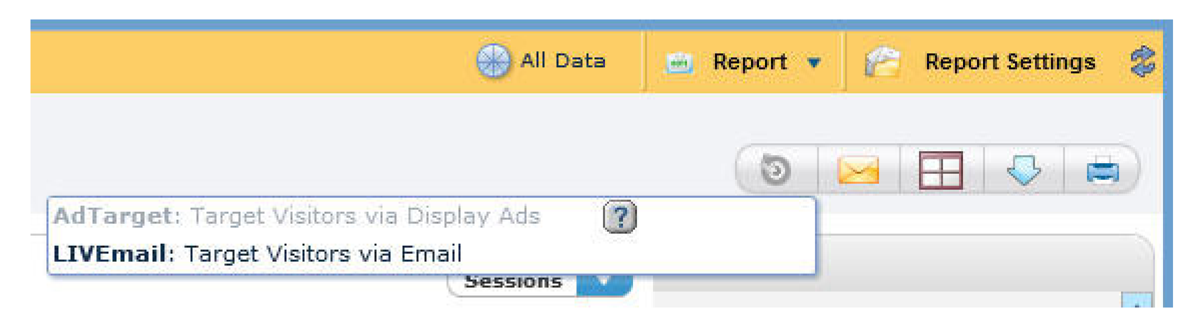
Weitere Informationen zu den Produkten und Services von eCircle finden Sie auf der Unternehmenswebsite: http://www.ecircle.com

Zukünftige Partner

In naher Zukunft wird Coremetrics seine Liste der von Connect für LIVEmail zertifizierten Partner um weitere E-Mail-Service-Provider erweitern. Wenn Sie derzeit mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, das noch nicht auf der obigen Liste vertreten ist, und auf die Integration dieses Unternehmens mit LIVEmail Wert legen, dann sprechen Sie mit Ihrem Kundenbeauftragten bei IBM Digital Analytics oder wenden Sie sich an IBM Digital Analytics Support.

Kapitel 3. Neue zielgerichtete Ansprache in der Anwendung IBM Digital Analytics

Dank der Anwendungsintegration innerhalb der Suite zur Marketingoptimierung von IBM Digital Analytics können Sie LIVEmail-Segmente schnell und direkt von Berichten aus definieren, die in Explore oder Search Marketing bereitgestellt werden. Wenn Ihr Unternehmen entweder Explore oder Search Marketing zusätzlich zu LIVEmail lizenziert hat, wird auf Ihrem Bildschirm das Symbol **Besucher zielgerichtet ansprechen** (Target Visitors) neben den anderen Operationen in der Anwendung angezeigt.



Im Kontext Ihrer Analyse von einem Bericht in Explore oder Search Marketing können Sie eine oder mehrere Zeilen im Bericht auswählen, indem Sie die Kontrollkästchen auf der linken Seite der Zeile aktivieren, um die Besucherzielgruppe zu diesen Zeilen zu ändern. Nachdem Sie in Ihrem Bericht die gewünschten Zeilen ausgewählt haben, klicken Sie auf **Besucher zielgerichtet ansprechen** (Target Visitors) und wählen **LIVEmail: Besucher über E-Mails zielgerichtet ansprechen** (Target Visitors via Email) aus. Indem Sie eine Besuchergruppe als Zielgruppe ändern, definieren Sie ein LIVEmail-Besuchersegment. Es wird ein Dialog geöffnet, der eine Zusammenfassung Ihrer Zielgruppensegmentkriterien auf Basis der von Ihnen im Bericht ausgewählten Zeilen enthält. Je nach dem Datenkontext werden Sie aufgefordert, mithilfe der folgenden Auswahlfelder Ihr Zielgruppenänderungssegment zu präzisieren.

Anzeigespalte

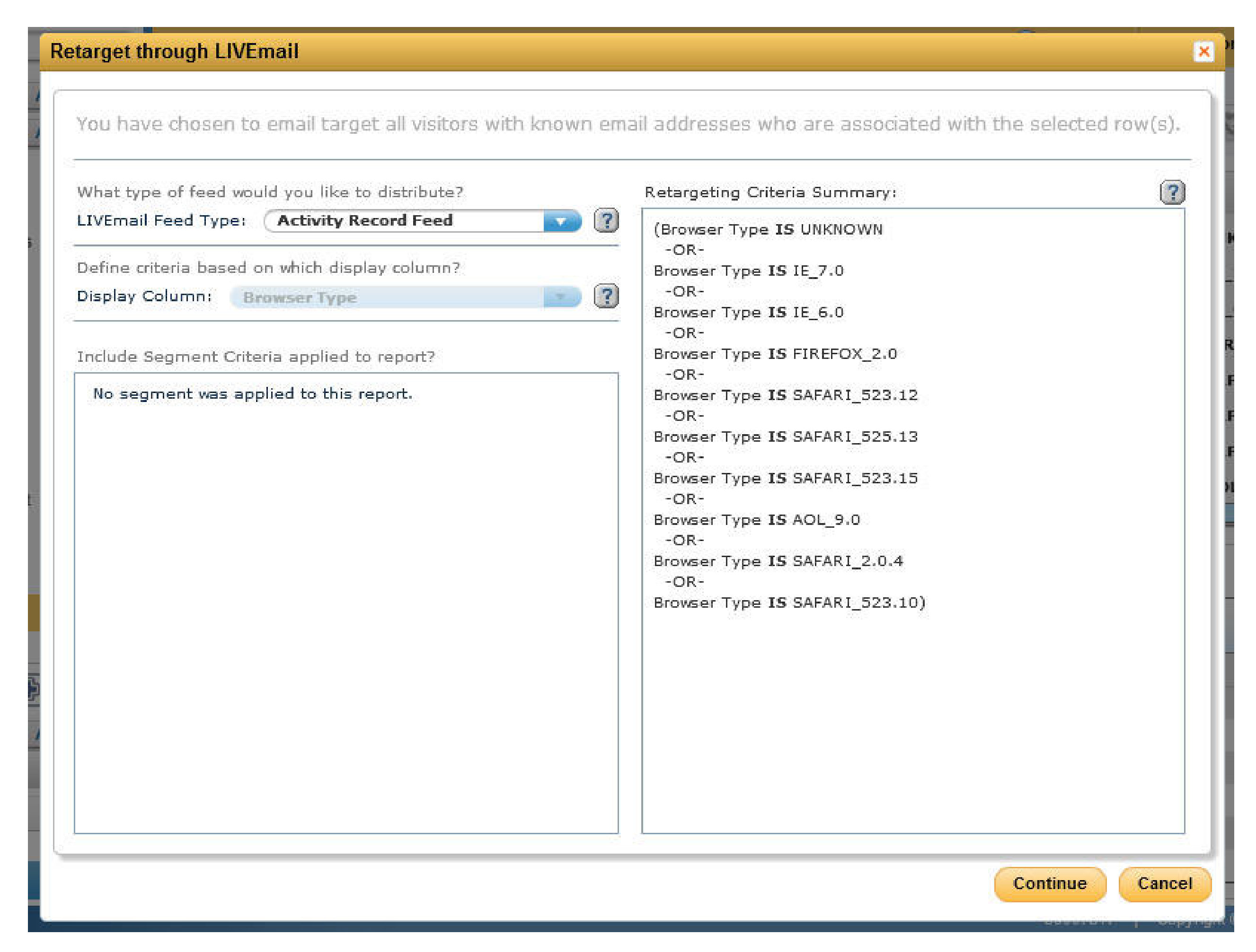
Wenn Ihr Bericht mehr als eine Anzeigespalte enthält, müssen Sie die Spalte auswählen, anhand der Ihre Segmentkriterien definiert werden sollen. Wenn Sie Ihre Auswahl treffen, wird die aktualisierte Zusammenfassung der Zielgruppenänderungskriterien angezeigt.

Aktion

Wenn Ihr Bericht auf einer Produkt- oder Ereignisspalte basiert, werden Sie aufgefordert, Ihre ausgewählte Aktion zu präzisieren. Wenn als Basis zum Beispiel eine Produktspalte dient, stehen Ihnen die Optionen "Produkt verlassen", "Produkt in Warenkorb gelegt", "Produkt gekauft" oder "Produkt angezeigt" zur Auswahl. Wenn als Basis ein Ereignis dient, stehen Ihnen die Optionen "Ereignis eingeleitet" oder "Ereignis abgeschlossen" zur Auswahl.

Segment einschließen

Wenn auf Ihren IBM Digital Analytics Explore-Bericht ein sitzungsgleiches Segment angewendet wurde, können Sie auch diese Kriterien zu Ihrer Definition für das Zielgruppenänderungssegment hinzufügen. Aktivieren Sie dazu das entsprechende Kontrollkästchen.



Nach der Übertragung an LIVEmail

Nachdem Sie auf **Weiter** geklickt haben, wird Ihre Segmentdefinition an LIVEmail übergeben und Sie gelangen zur Anzeige "**Segmentdefinition**" (Segment Definition) mit einer Zusammenfassung Ihrer Kriterien und der Bitte, einen Namen für das neue Segment einzugeben. In dieser Anzeige können Sie die Kriterien bearbeiten oder zusätzliche Kriterien hinzufügen. Wenn Sie das Segment speichern und erst später anwenden möchten, klicken Sie auf **Segment speichern**. Wenn Sie es zu Ihrem Feed hinzufügen bzw. syndizieren möchten, klicken Sie auf **Speichern** (Save) and **zum Feed hinzufügen** (Add to Feed) in LIVEmail. Der letzte Schritt in LIVEmail ist die Auswahl der Konfiguration des ESP-Partners (ESP = E-Mail-Service-Provider), zu der Sie das neue Zielgruppensegment hinzufügen möchten.

Segmentierungsoptionen

Explore unterstützt eine breite Palette an Segmentierungsoptionen und Datenfeldern. Für Sie sind jedoch nur die Segmentierungsoptionen verfügbar, die Explore und LIVEmail gemeinsam haben. Wenn Ihre ausgewählten Kriterien auf die von LIVEmail unterstützten Segmentkriterien nicht anwendbar sind, werden Sie darüber informiert. Alle Segmentdefinitionen, die an LIVEmail übergeben werden, müssen ihrem Wesen nach "sitzungsgleich" sein. In der folgenden Tabelle können Sie erkennen, ob eine bestimmte Kriteriendefinition an LIVEmail übergeben werden kann oder nicht. **Ja** bedeutet, dass sie übergeben werden kann; **Nein** bedeutet, dass sie zu diesem Zeitpunkt nicht übergeben werden kann. Wenn ein Name angegeben ist, bedeutet dies, dass sie mit einem geringfügig veränderten Namen übergeben wird, und **Aktionstyp präzisieren** bedeutet, dass der Benutzer aufgefordert wird, vorzuschlagen, wie dieses Feld verwendet werden sollte (zum Beispiel "Produkt gekauft" oder "Produkt verlassen" oder "Produkt angezeigt" oder "Produkt in Warenkorb gelegt").

Explore-Felder	LIVEmail-Felder
Registrierung	
Registrierungs-ID	Ja
E-Mail-Adresse	Ja
Registrierter Besucher	Ja
Käufer	Nein
Neuer/Wiederkehrender Besucher	Ja
Geschlecht	Ja
Alter	Ja
Ausbildungsstufe	Ja
Einkommensniveau	Ja
Registrierungsattribute	Ja
Registriertes Land	Ja
Registriertes Bundesland	Ja
Registrierter Ort	Ja
Registrierte Postleitzahl	Ja
Übersicht	
Umsatz	Ja
Bestellungen	Ja
Produktansichten	Ja
Produkte in Warenkorb gelegt	Ja
Artikel bestellt	Ja
Verlassene Artikel	Ja
Seitenansichten	Ja
Interne Suchen	Ja
Ereignisse	Ja
Ereignispunkte	Ja
Elementansichten	Ja
Sitzungslänge	Ja

Explore-Felder	LIVEmail-Felder
Marketing	
Marketingkanal	Ja
Marketingprogramm	Ja
Marketinganbieter	Ja
Marketingkategorie	Ja
Marketingplatzierung	Ja
Marketingartikel	Ja
Marketingattribute	Ja
Suchmaschine für natürliche Suche	Ja
Begriff für natürliche Suche	Ja
Verweissite	Ja
Verweis-URL	Ja
Ziel-URL	Ja
Vermarktung/Produkte	
Bestellungs-ID	Ja
Produktansichtsattribute	Ja
Shop-Attribute	Ja
Bestellungsattribute	Ja
Kategorie(n) angezeigter Produkte - voll	Ja
Kategorie(n) angezeigter Produkte - oben	Ja
Kategorie(n) angezeigter Produkte - unten	Ja
Name(n) angezeigter Produkte	Ja
ID(s) angezeigter Produkte	Ja
Kategorie(n) der Produkte im Warenkorb - voll	Ja
Kategorie(n) der Produkte im Warenkorb - oben	Ja
Kategorie(n) der Produkte im Warenkorb - unten	Ja
Name(n) der Produkte im Warenkorb	Ja
ID(s) der Produkte im Warenkorb	Ja
Kategorie(n) der verlassenen Produkte - voll	Ja
Kategorie(n) der verlassenen Produkte - oben	Ja
Kategorie(n) der verlassenen Produkte - unten	Ja
Name(n) der verlassenen Produkte	Ja
ID(s) der verlassenen Produkte	Ja
Kategorie(n) der gekauften Produkte - voll	Ja
Kategorie(n) der gekauften Produkte - oben	Ja
Kategorie(n) der gekauften Produkte - unten	Ja
Name(n) der gekauften Produkte	Ja

Explore-Felder	LIVEmail-Felder
ID(s) der gekauften Produkte	Ja
Produktkategorie - voll	[Aktionstyp präzisieren]
Produktkategorie - oben	[Aktionstyp präzisieren]
Produktkategorie - unten	[Aktionstyp präzisieren]
Produkt-ID	[Aktionstyp präzisieren]
Produktname	[Aktionstyp präzisieren]
Inhalt	
Inhaltskategorie - voll	Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - voll
Inhaltskategorie - unten	Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - unten
Inhaltskategorie - oben	Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - oben
Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - voll	Ja
Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - unten	Ja
Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - oben	Ja
Elementkategorie	Kategorie(n) angezeigter Elemente
Elementname	Angezeigte Elemente
Kategorie(n) angezeigter Elemente	Kategorie(n) angezeigter Elemente
Angezeigte Elemente	Angezeigte Elemente
Eingeleitete Ereignisse	Ja
Abgeschlossene Ereignisse	Ja
Ereigniskategorie	[Aktionstyp präzisieren]
Kategorie(n) eingeleiteter Ereignisse	Ja
Kategorie(n) abgeschlossener Ereignisse	Ja
Ereignisname	[Aktionstyp präzisieren]
Begriff für interne Suche	Begriffe für interne Suche
Begriffe für interne Suche	Begriffe für interne Suche
Seite	Angezeigte Seite(n)
Angezeigte Seite(n)	Angezeigte Seite(n)
Seitenverweis-URL	Nein
Seiten-URL	Durchsuchte URL(s)
Durchsuchte URL(s)	Durchsuchte URL(s)
Seitenbereichsanalyse - Vollständig	Seitenbereichsanalyse - Vollständig
Seitenbereichsanalyse - Link	Nein
Seitenbereichsanalyse - Seite	Nein
Seitenbereichsanalyse - Seitenbereich	Nein
Seitenbereichsanalyse - Version	Nein
Site-Promotion - Vollständig	Ja
Site-Promotion - Link	Nein
Site-Promotion - Seite	Nein
Site-Promotion - Promotion	Nein
Site-Promotion - Promotiontyp	Nein
Einstiegsseite(n)	Ja

Explore-Felder	LIVEmail-Felder
Seitenattribute	Ja
Ereignisattribute	Ja
Elementattribute	Ja
Geografie	
Land	Ja
Bundesland	Ja
Ort	Ja
DMA	Ja
Domäne zweiter Stufe	Ja
Technische Eigenschaften	
Browsertyp	Ja
Bildtiefe	Ja
Verbindungsgeschwindigkeit	Ja
Verbindungstyp	Ja
JavaScript-Version	Ja
Sprache	Ja
Mobiles Endgerät	Ja
Mobiles Netzwerk	Ja
Betriebssystem	Ja
Bildschirmauflösung	Ja
Zeitzone	Ja

Kapitel 4. LIVEmail - Häufig gestellte Fragen

F: Muss ich unbedingt einen der von Connect für LIVEmail zertifizierten Partner, die auf der Seite "Partner" aufgelistet sind, verwenden? Was ist, wenn mein aktueller Partner in der LIVEmail-Benutzerschnittstelle nicht angezeigt wird?

A: Bei Verwendung eines von Connect für LIVEmail zertifizierten Partners ist sichergestellt, dass Ihr Partner einen LIVEmail-Standardexport ohne großen Aufwand empfangen und verarbeiten kann. Bei der Zertifizierung wird getestet, ob ein Partner Besucheraktivitäten, Besucherattribute und Sitzungsattribute von LIVEmail in einem unserer Standardformate für den Dateiexport empfangen kann. Da LIVEmail Datenexporte erzeugt, die aus differenzierten Daten zum Verhalten der Websitebesucher bestehen, ist dann jedes ESP-System oder System eines anderen Anbieters in der Lage, die von Ihnen gesendeten LIVEmail-Daten zu empfangen und zu verwenden. Nicht zertifizierte ESPs stellen möglicherweise Gebühren für die zusätzliche Speicherung oder Anpassung der Daten in Rechnung. Sprechen Sie immer mit Ihrem Partner über den Typ der Daten, die er erhalten möchte, um zielgruppenspezifische E-Mail-Kampagnen in Ihrem Namen durchzuführen, und achten Sie darauf, dass Sie ihm das Format der LIVEmail-Datei, die Sie ihm senden möchten, mitteilen.

Wenn Ihr Partner kein von Connect zertifizierter Partner ist, dann wenden Sie sich an IBM Digital Analytics Support, damit Ihr Geschäftentwicklungsteam den ESP wegen des Connect-Zertifizierungsprogramms für LIVEmail ansprechen kann.

F: Welche ESPs sind derzeit von Connect zertifizierte Partner?

A: Die derzeit von Connect für LIVEmail zertifizierten Partner finden Sie unter dem folgenden URL: http://www.coremetrics.com/partners/LIVEmail.php. Weitere Partner befinden sich zurzeit im Zertifizierungsprozess und werden nach der entsprechenden Genehmigung zur Anwendung LIVEmail hinzugefügt.

F: Welche Art technische bzw. Best-Practice-Unterstützung für LIVEmail erhalte ich im Rahmen meines Servicevertrags?

A: Innerhalb von 48 Stunden, nachdem die Anwendung LIVEmail für eine oder mehrere Ihrer IBM Digital Analytics- Kunden-IDs bereitgestellt wurde, wird sich ein Anwendungsspezialist mit einem Mitarbeiter Ihres Unternehmens in Verbindung setzen. Anwendungsspezialisten sind in allen Aspekten des Aktivierungsprozesses besonders geschult und müssen ein umfassendes Wissen über die technischen und strategischen Fragen und über die Best Practices rund um die Präzisionsmarketinganwendungen von IBM Digital Analytics besitzen.

Sie erhalten Best-Practice-Unterstützung (einschließlich Referenzmaterial) für die Geschäftsanforderungen für von LIVEmail gesteuerte E-Mail-Programme, ein Tag-Audit für die gewünschten Sites, eine Schulungssitzung für Fachanwender zum Thema "Konfigurieren von LIVEmail-Exporten" und technische Unterstützung während der Einrichtung der ESP-Integration.

F: Wie viele LIVEmail-Exporte kann ich einrichten?

A: Standardmäßig kann ein Benutzer mit bis zu zehn aktivierten regelmäßigen LIVEmail-Exporten arbeiten. Wenn Sie Zugriff auf weitere Feeds benötigen, wenden Sie sich an Ihr IBM Digital Analytics-Kundenteam.

F: Ich verwende ein selbst entwickeltes oder intern verwaltetes E-Mail-/Datenbanktool. Verfügt IBM Digital Analytics über eine technische Dokumentation, die mein IT/DB-Marketingteam nutzen kann, um einen Prozess für das Internalisieren der LIVEmail-Datenfeeds zu entwickeln?

A: Ja sicher. Die detaillierten technischen Spezifikationen für die Anwendung LIVEmail finden Sie auf der Unterstützungssite, indem Sie dort nach "LIVEmail Data Specification" suchen.

F: Habe ich die Möglichkeit, innerhalb der Anwendung LIVEmail zusätzliche Segmentierungs-/Geschäftslogik anzuwenden, die sich normalerweise bei meinem ESP befindet (zum Beispiel Häufigkeitsbegrenzung, Prüfung des Status der Einwilligung vom Besucher, Mehrfachereignislogik)?

A: Nein. Derzeit unterstützt LIVEmail die Segmentierungs- oder Geschäftslogik, die mit zentralen Vorgabeinformationen, mit einer Begrenzung der Häufigkeit und der Anzahl der Ereignisse oder dem Status der Erlaubnis zur Nutzung vertraulicher Daten verbunden ist, nicht. Besprechen Sie diese wertfördernden Geschäftsanforderungen mit Ihrem ESP-Partner.

F: Kann ich meine Produkt-, Seiten- und sonstigen Attribute in LIVEmail für Segmentierungszwecke verwenden?

A: Ja. Alle Attributdaten, die Ihr Unternehmen mithilfe von Tags oder Datenimportdateien sendet, können in LIVEmail für das Erstellen von Segmenten mit bestimmten Benutzern verwendet werden. Sie müssen allerdings einen Aliasnamen für Ihre Attributdaten erstellen, bevor sie in der LIVEmail-Benutzerschnittstelle angezeigt werden.

F: Kann ich Daten von meinem E-Mail-Service-Provider mithilfe der von LIVEmail unterstützten benutzerdefinierten Daten zum E-Mail-Posteingang importieren?

A: Nein. Alle nicht standardmäßig importierten Datenfelder (wie zum Beispiel Daten zum E-Mail-Posteingang 1 bis 15) müssen numerische Werte enthalten. Wenn Sie versuchen, Zeichenfolgedaten in diesen Feldern zu importieren, schlägt der Importjob fehl.

F: Wo liegt bei IBM Digital Analytics die zeitliche Grenze zwischen zwei aufeinander folgenden Tagen (für den Zeitraum bei der Datenanalyse)?

A: Wir unterbrechen die Sitzungen um Mitternacht. Wenn also ein Benutzer ein Produkt am 28. September um 23:50 Uhr in den Warenkorb legt und es am 29. September um 00:03 Uhr kauft, wird es im Feed vom 28. September als verlassen aufgelistet.

F: Auf welche Zeitzone bezieht sich IBM Digital Analytics beim "Zeitpunkt der Aktion/Aktivität"?

A: Alle Zeitmarken bei Datenübernahmen und Aktivitäten basieren auf der ZEITZONE DES KUNDEN, die in dessen Kontoeinstellungen definiert wurde. Die Zeitzone des Websitebesuchers wird nicht berücksichtigt.

F: Welche Aufgabe hat der Parameter "cm_em"?

A: Die Standardbibliothek `cmdatatagutils.js`, die in die Seiten der Website eines Kunden eingebettet ist, besitzt einen Handler, der automatisch ein Registrierungstag generiert, wenn ein eingehender Link das Argument `cm_em=` enthält. Der Wert, der nach dem Gleichheitszeichen (=) übergeben wird, wird sowohl im Parameter **Kunden-ID** als auch im Parameter **E-Mail-Adresse** dieses Tags ausgewertet. Für eine LIVEmail-Integration ist diese Funktion nicht erforderlich. Die Funktion wurde für Situationen erstellt, bei denen ein neuer IBM Digital Analytics-Kunde in seiner Registriertabelle zu wenige E-Mail-Adressen besitzt. Dies ist eine Möglichkeit, schnell die Anzahl der Zuordnungen zwischen Cookies und E-Mail-Adressen in der Datenbank beträchtlich zu erhöhen.

F: Wie kann ein Kunde den URL-Parameter "cm_em" implementieren?

A: `cm_em=` kann als normaler URL-Parameter für Abfragezeichenfolgen an eingehende E-Mail-Links angehängt werden. Der Wert hinter dem Gleichheitszeichen sollte die E-Mail-Adresse des E-Mail-Empfängers sein. Der Kunde muss sich dann mit seinem ESP oder E-Mail-Toolunterstützungsteam beraten, um herauszufinden, welche Variable oder welches Seriendrucktoken seine Software verwendet, um die E-Mail-Adressen des Empfängers in Links einzubetten. Beispiel: `cm_em=%email_address%`. `cm_em` muss in Kleinbuchstaben geschrieben werden und die URL-Codierung ist nicht zulässig. Der Kunde sollte die Funktion IMMER testen, bevor er eine E-Mail an die vollständige E-Mail-Liste sendet. Er sollte das Dienstprogramm IBM Digital Analytics TagBar verwenden, um sicherzustellen, dass ein eingehender Link, an den dieser Parameter angehängt wurde, ein Registrierungstag erstellt, wobei die Felder **Kunden-ID** (Customer ID) und **E-Mail-Adresse** (Email Address) mit dem Wert im Argument `cm_em` belegt werden.

Anhang A. Weitere Kontaktinformationen

Wenn Sie weitere Unterstützung benötigen, können Sie sich über eine der folgenden Kontaktadressen an IBM wenden:

- Kundenunterstützung: cm_support@us.ibm.com
- Produktfeedback: cm_feedback@us.ibm.com

Anmerkung: Als Produktfeedback werden Empfehlungen zur Verbesserung des Produkts betrachtet; verwenden Sie die Feedbackadresse nicht, um zusätzliche Unterstützung anzufordern.

USA	
IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Gebührenfrei: 1.866.493.2673 E-Mail: cm_support@us.ibm.com	IBM Kundenunterstützung cm_support@us.ibm.com Support Center https://support.coremetrics.com
IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Gebührenfrei: 1.866.493.2673	IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Gebührenfrei: 1.866.493.2673
Europa	
IBM Europe Ltd. Lotus Park The Causeway Staines Middlesex TW18 3AG Großbritannien Tel.: 0808 234 4736 E-Mail: cm_europe@us.ibm.com	IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Germany Tel.: 0800 664 8899 E-Mail: cm_deutschland@us.ibm.com
IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France Tel.: 0800 91 4912 E-Mail: cm_france@us.ibm.com	
Asien/Pazifik	
IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel.: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832 E-Mail: cm_asiapac@us.ibm.com	IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 Australien (Austr.) 1800 69 CORE (Neus.) 0800 69 CORE E-Mail: cm_asiapac@us.ibm.com

Ihre Kommentare sind bei IBM willkommen.

Sie können sie an folgende Adresse schicken.

IBM Bay Area Lab
1001 E Hillsdale Boulevard
Foster City, California 94404
USA

Sie können Kommentare auch in elektronischer Form mithilfe eines der folgenden Verfahren übermitteln:

Gebührenfrei
1+866-493-2673

Support Center:
https://support.coremetrics.com

E-Mail:
cm_support@us.ibm.com

World Wide Web:
www.ibm.com/marketing-solutions/

Wenn Sie eine Antwort wünschen, geben Sie Ihren Namen, Ihre Adresse, Telefonnummer oder Faxnummer an. Folgende Informationen müssen in Ihrem Kommentar/in Ihrer Anmerkung enthalten sein:

- Titel des Dokuments
- Seitenzahl oder Thema, auf das sich der Kommentar bezieht

Werden an IBM Informationen eingesandt, gewährt der Einsender IBM ein nicht ausschließliches Recht zur beliebigen Verwendung oder Verteilung dieser Informationen, ohne dass eine Verpflichtung gegenüber dem Einsender entsteht.

Anhang B. Support

Support Center

Die IBM Digital Analytics-Unterstützungssite finden Sie unter `https://support.coremetrics.com` oder über den Support-Link in der Anwendungsmenüleiste.

Die Support Center-Site enthält Folgendes:

- **Eine durchsuchbare Knowledge Base** mit Antworten auf Fragen und Sofortzugriff auf wesentliche Dokumente wie Implementierungsrichtlinien, Metrikglossare, Benutzerhandbücher, Releaseinformationen und mehr.
- **Schulungstools** wie webbasierten Trainingseinheiten und archivierten Webseminaren.
- **Marketinginformationen** einschließlich Fallstudien, White Papers und Details zu bevorstehenden Ereignissen wie Anwenderkonferenzen.
- **Benachrichtigungen** vom Support.
- **Problemnachverfolgung** vom Erstellen eines Tickets bis zur Lösung für die vollständige Einsichtnahme in den Status Ihrer Rückfragen.
- **Feedback** mit Vorschlägen zur Verbesserung der Unterstützungssite. (Feedback zu IBM Digital Analytics-Anwendungen schicken Sie bitte an cm_feedback@us.ibm.com).
- **Chat** für die direkte Kontaktaufnahme mit einem der Best Practices-Ansprechpartner.

Bemerkungen

Die vorliegenden Informationen wurden für Produkte und Services entwickelt, die auf dem deutschen Markt angeboten werden.

Möglicherweise bietet IBM die in dieser Dokumentation beschriebenen Produkte, Services oder Funktionen in anderen Ländern nicht an. Informationen über die gegenwärtig im jeweiligen Land verfügbaren Produkte und Services sind beim zuständigen IBM Ansprechpartner erhältlich. Hinweise auf IBM Lizenzprogramme oder andere IBM Produkte bedeuten nicht, dass nur Programme, Produkte oder Services von IBM verwendet werden können. Anstelle der IBM Produkte, Programme oder Services können auch andere, ihnen äquivalente Produkte, Programme oder Services verwendet werden, solange diese keine gewerblichen oder anderen Schutzrechte von IBM verletzen. Die Verantwortung für den Betrieb von Produkten, Programmen und Services anderer Anbieter liegt beim Kunden.

Für in diesem Handbuch beschriebene Erzeugnisse und Verfahren kann es IBM Patente oder Patentanmeldungen geben. Mit der Auslieferung dieser Dokumentation ist keine Lizenzierung dieser Patente verbunden. Lizenzanforderungen sind schriftlich an folgende Adresse zu richten (Anfragen an diese Adresse müssen auf Englisch formuliert werden):

IBM Director of Licensing
IBM Europe, Middle East & Africa
Tour Descartes
2, avenue Gambetta
92066 Paris La Defense
France

For license inquiries regarding double-byte (DBCS) information, contact the IBM Intellectual Property Department in your country or send inquiries, in writing, to:

Trotz sorgfältiger Bearbeitung können technische Ungenauigkeiten oder Druckfehler in dieser Veröffentlichung nicht ausgeschlossen werden. Die hier enthaltenen Informationen werden in regelmäßigen Zeitabständen aktualisiert und als Neuausgabe veröffentlicht. IBM kann ohne weitere Mitteilung jederzeit Verbesserungen und/ oder Änderungen an den in dieser Veröffentlichung beschriebenen Produkten und/ oder Programmen vornehmen.

Verweise in diesen Informationen auf Websites anderer Anbieter werden lediglich als Service für den Kunden bereitgestellt und stellen keinerlei Billigung des Inhalts dieser Websites dar. Das über diese Websites verfügbare Material ist nicht Bestandteil des Materials für dieses IBM Produkt. Die Verwendung dieser Websites geschieht auf eigene Verantwortung.

Werden an IBM Informationen eingesandt, können diese beliebig verwendet werden, ohne dass eine Verpflichtung gegenüber dem Einsender entsteht.

Lizenznehmer des Programms, die Informationen zu diesem Produkt wünschen mit der Zielsetzung: (i) den Austausch von Informationen zwischen unabhängig voneinander erstellten Programmen und anderen Programmen (einschließlich des vorliegenden Programms) sowie (ii) die gemeinsame Nutzung der ausgetauschten Informationen zu ermöglichen, wenden sich an folgende Adresse:

IBM Bay Area Lab
1001 E Hillsdale Boulevard
Foster City, California 94404
U.S.A.

Die Bereitstellung dieser Informationen kann unter Umständen von bestimmten Bedingungen - in einigen Fällen auch von der Zahlung einer Gebühr - abhängig sein.

Die Lieferung des in diesem Dokument beschriebenen Lizenzprogramms sowie des zugehörigen Lizenzmaterials erfolgt auf der Basis der IBM Rahmenvereinbarung bzw. der Allgemeinen Geschäftsbedingungen von IBM, der IBM Internationalen Nutzungsbedingungen für Programmpakete oder einer äquivalenten Vereinbarung.

Alle in diesem Dokument enthaltenen Leistungsdaten stammen aus einer kontrollierten Umgebung. Die Ergebnisse, die in anderen Betriebsumgebungen erzielt werden, können daher erheblich von den hier erzielten Ergebnissen abweichen. Einige Daten stammen möglicherweise von Systemen, deren Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist. Eine Gewährleistung, dass diese Daten auch in allgemein verfügbaren Systemen erzielt werden, kann nicht gegeben werden. Darüber hinaus wurden einige Daten unter Umständen durch Extrapolation berechnet. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon abweichen. Benutzer dieses Dokuments sollten die entsprechenden Daten in ihrer spezifischen Umgebung prüfen.

Alle Informationen zu Produkten anderer Anbieter stammen von den Anbietern der aufgeführten Produkte, deren veröffentlichten Ankündigungen oder anderen allgemein verfügbaren Quellen. IBM hat diese Produkte nicht getestet und kann daher keine Aussagen zu Leistung, Kompatibilität oder anderen Merkmalen machen. Fragen zu den Leistungsmerkmalen von Produkten anderer Anbieter sind an den jeweiligen Anbieter zu richten.

Aussagen über Pläne und Absichten von IBM unterliegen Änderungen oder können zurückgenommen werden und repräsentieren nur die Ziele von IBM.

Diese Veröffentlichung enthält Beispiele für Daten und Berichte des alltäglichen Geschäftsablaufs. Sie sollen nur die Funktionen des Lizenzprogramms illustrieren und können Namen von Personen, Firmen, Marken oder Produkten enthalten. Alle diese Namen sind frei erfunden; Ähnlichkeiten mit tatsächlichen Namen und Adressen sind rein zufällig.

Marken

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation. Weitere Produkt- und Servicenamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information" unter www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Datenschutzrichtlinien

IBM Softwareprodukte einschließlich Software as a Service-Lösungen ("Softwareangebote") verwenden möglicherweise Cookies oder andere Technologien zur Erfassung von Informationen zur Produktnutzung, zur Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit, zur Anpassung von Interaktionen mit den Benutzern oder für andere Zwecke. Ein Cookie ist ein Datenelement, das eine Website an Ihren Browser schickt, um es auf Ihrem System als Kennung zu speichern, die Ihr System identifiziert. Häufig werden von diesen Cookies keine personenbezogenen Daten erfasst. Für den Fall, dass Sie mit einem von Ihnen genutzten Softwareangebot mit Cookies und ähnlichen Technologien personenbezogene Daten erfassen können, informieren wir Sie nachstehend über die entsprechenden Spezifikationen.

Abhängig von den bereitgestellten Konfigurationen können von diesem Softwareangebot sitzungsbezogene sowie permanente Cookies verwendet, die für das Sitzungsmanagement, verbesserte Benutzerfreundlichkeit, Nutzungsüberwachung oder andere funktionale Zwecke Namen und/oder andere persönlichen Daten erfassen. Diese Cookies können deaktiviert werden, wodurch dann aber die von ihnen unterstützte Funktionalität nicht mehr zur Verfügung steht.

In verschiedenen Rechtsordnungen ist die Erfassung personenbezogener Daten durch Cookies und ähnliche Technologien gesetzlich geregelt. Falls die für dieses Softwareangebot implementierte Konfiguration Ihnen als Kunden die Möglichkeit zur Erfassung personenbezogener Daten mit Cookies und anderen Technologien bietet, sollten Sie sich über eventuell geltende Gesetze zu einer solchen Datenerfassung beraten lassen. Diese Beratung sollte gegebenenfalls auch Anforderungen hinsichtlich erforderlicher Hinweise oder Zustimmungen berücksichtigen.

IBM setzt voraus, dass Kunden (1) einen deutlich sichtbaren Link zu ihren Nutzungsbedingungen auf ihrer Website (z. B. Datenschutzrichtlinie) bereitstellen, die wiederum einen Link zur Praxis der Datenerfassung und -verwendung bei IBM und beim Kunden beinhaltet, (2) darauf hinweisen, dass IBM für den Kunden Cookies und Clear GIFs/Web-Beacons auf dem Computer des Kunden platziert, und (3) soweit dies gesetzlich vorgeschrieben ist, vor der Platzierung von Cookies und Clear GIFs/Web-Beacons auf den Geräten von Website-Besuchern durch den Kunden selbst oder für den Kunden durch IBM, hierfür die Einwilligung des jeweiligen Website-Besuchers einholen.

Weitere Informationen über die Verwendung verschiedener Technologien wie Cookies für solche Zwecke finden Sie im Abschnitt "Cookies, Web Beacons and Other Technologies"(Cookies, Web-Beacons und andere Technologien) der IBM Online-Datenschutzerklärung auf: http://www.ibm.com/privacy/details/us/en.

IBM®